

GB Gestion de fichiers et de bases de données

001 **Carnet d'adresses GP / M. Roussel - Sainte-Thérèse**

Logiciels Gestion Plus (1987)

Pour ordinateurs Apple IIe, Apple IIc, Apple IIc+, Apple IIcX

1 disquette, 13 cm - Livret d'instructions

100 \$ (1987)

Accès sujets: Fichiers d'adresses, Listes d'adresses

GB C289

Source: GESTION PLUS

002 **DB-II-Gest - Westmount Serv Comp 1985**

Pour ordinateurs sous systèmes d'exploitation MS-DOS/PC

1 disquette, 13 cm - Documentation sur disquette

199 \$ (1987)

Accès sujets: Base II (Projet) - Listes

GB D277

Source: SERV COMP

003 **Le Fichetout - Montréal - Gryphon Systems**

Pour ordinateurs IBM PC ou compatibles, 286, MS-DOS/PC

DOS 2.0, 2 unités de disquettes ou disque rigide

Version originale Fichetout Card by the Sea Card Gryphon

320 \$

Accès sujets: Bases de données, Fichiers - Gestion

GB F445

Source: GESTION PLUS

10000000

Pour en apprendre davantage: Voir l'index, l'index et l'index

Source: GESTION PLUS

004 **Gena Montréal Micro Diffusion (1986)**

1 disquette, 13 cm - Guide d'usage (250 p.)

Pour ordinateurs IBM PC ou compatibles, 286, MS-DOS/PC

100 \$ (1987)

Accès sujets: Bases de données, Fichiers d'adresses

GB C289

Source: GESTION PLUS

005 **Gestion de dossiers - Logiciel - Montréal Logisch**

Pour ordinateurs IBM PC ou compatibles, 286, MS-DOS/PC

1 disquette, 13 cm - Guide d'utilisation (27 p.)

199 \$ (1987)

Accès sujets: Bases de données, Fichiers - Gestion

GB C289

Source: GESTION PLUS

006 **Le gestionnaire - Fichier d'adresses - Laval Martel**

Pour ordinateurs IBM PC ou compatibles, 286, MS-DOS/PC

1 disquette, 13 cm - Manuel d'accompagnement (115 p.)

100 \$ (1987)

Accès sujets: Bases de données, Fichiers - Gestion

GB C289

Source: GESTION PLUS

007 **Gestion de dossiers - Logiciel - Montréal Logisch**

Pour ordinateurs IBM PC ou compatibles, 286, MS-DOS/PC

1 disquette, 13 cm - Guide d'utilisation (27 p.)

199 \$ (1987)

Niveau(s) d'enseignement : 4
Centre d'intérêt : 872

Numéro EDUG : 9370100

David, Lise

Administration, commerce et secrétariat : vente : guide pédagogique.
CZU-011, 5037 / [conception et rédaction, Lise David] -- Ed. provisoire.
-- [Québec] : Ministère de l'éducation, 1991
164 p. ; 28 cm.

La couv. porte en outre : 1. La formation professionnelle au
secondaire. Code : 17-0113-02P. Médiagraphie : p. 157-164. Glossaire.

Vedette(s)-secondaire(s) : Québec (Province) : Ministère de l'éducation

Descripteur(s) : Administration * Commerce * Secrétariat * Formation
professionnelle * Guide pédagogique * Secondaire (Ordre d'enseignement)

Identificateur(s) de sujet : Vente

Ce guide pédagogique constitue le support privilégié dans la mise en application du programme **Administration, commerce et secrétariat : vente**. Il se divise en sept parties. Les quatre premières concernent le projet de formation dans son ensemble. Elles informent, successivement, sur les principes et les intentions pédagogiques retenus, sur l'approche pédagogique générale déterminée, sur la stratégie proposée pour l'apprentissage ainsi que sur le rôle et les fonctions des formateurs. La cinquième partie renferme des suggestions pédagogiques pour chacun des modules du programme. Pour ce faire, elle propose une introduction au module et, sous forme de tableaux, une organisation structurée des objectifs ainsi que des éléments de contenu. De plus, sous des formes variées, elle suggère des éléments de stratégies et des moyens d'apprentissage et d'enseignement. Finalement, les enseignants peuvent consulter, dans les deux dernières parties, une bibliographie générale et un court lexique.

Type de document

ADMINISTRATION, COMMERCE ET SÉCRÉTARIAT

VENTE

GUIDE PÉDAGOGIQUE

CZU-011
5037

ÉDITION PROVISOIRE

9370100

**ADMINISTRATION,
COMMERCE
ET SECRÉTARIAT**

VENTE

GUIDE PÉDAGOGIQUE

CZU-011

5037

ÉDITION PROVISOIRE

Septembre 1991

Remerciements

Le ministère de l'Éducation remercie les personnes suivantes qui ont participé à l'élaboration du guide pédagogique.

Équipe de réalisation

Conception et rédaction

Lise David
Agente de développement pédagogique

Collaboration spéciale

Marcel Bérubé
Carole Coulombe
Conrad Duchesne
Lucette Lévesque
Marie-Marthe Lamontagne
Louise Marsolais
Georges Robitaille

Éditique

Suong Le
Agente de secrétariat

Coordination

Jean Raphael
Responsable du secteur
Administration, commerce et secrétariat

TABLE DES MATIÈRES

PRÉSENTATION DU GUIDE PÉDAGOGIQUE	1
1. PRINCIPES ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES	3
2. APPROCHE PÉDAGOGIQUE GÉNÉRALE	5
3. STRATÉGIE PROPOSÉE POUR L'APPRENTISSAGE	9
4. RÔLE ET FONCTIONS DES ENSEIGNANTS ET DES ENSEIGNANTES	11
5. SUGGESTIONS PÉDAGOGIQUES PAR MODULE	13
5.1 Sommaire	13
5.2 Suggestions	14
6. LEXIQUE	155
7. MÉDIAGRAPHIE	187
TABLEAUX GÉNÉRAUX	
• Matrice des objets de formation	6
• Logigramme de la séquence d'enseignement	7
• Schéma de la stratégie d'apprentissage	10

PRÉSENTATION DU GUIDE PÉDAGOGIQUE

Dans le contexte d'approche globale ou «curriculaire» retenue pour la formation professionnelle, le présent Guide pédagogique constitue l'un des trois documents d'accompagnement du programme d'études. Il est considéré comme le support privilégié dans la mise en application de ce même programme puisqu'il présente des façons d'aborder les objectifs et de développer un enseignement à la fois pertinent aux cibles visées et adapté aux élèves concernés. Ne devant en aucune façon remplacer le programme et n'ayant pas, non plus, la prétention de pouvoir se substituer à l'expertise pédagogique du personnel enseignant, son contenu est livré à titre indicatif.

Le Guide pédagogique se divise en sept parties. Les quatre premières concernent le projet de formation dans son ensemble. Elles informent, successivement, sur les principes et les intentions pédagogiques retenus, sur l'approche pédagogique générale déterminée, sur la stratégie proposée pour l'apprentissage ainsi que sur le rôle et les fonctions des formatrices et des formateurs. La cinquième partie, plus flexible, renferme des suggestions pédagogiques pour chacun des modules du programme. Pour ce faire, elle propose une introduction au module et, sous forme de tableaux, une organisation structurée des objectifs ainsi que des éléments de contenu. De plus, sous des formes variées, elle suggère des éléments de stratégies et des moyens d'apprentissage et d'enseignement. Finalement les enseignantes et les enseignants peuvent consulter, dans les deux dernières parties, une bibliographie générale et un court lexique.

1. PRINCIPES ET INTENTIONS PÉDAGOGIQUES

1.1 Principes pédagogiques

- Faire participer activement les élèves et les rendre responsable de leurs apprentissages.
- Tenir compte du rythme et de la façon d'apprendre de chacun des élèves.
- Prendre en compte et réinvestir les acquis scolaires ou l'expérience de l'élève.
- Considérer que la possibilité d'apprendre pour les élèves est fortement liée aux stratégies et aux moyens utilisés pour atteindre les objectifs.
- Favoriser le renforcement et l'intégration des apprentissages.
- Privilégier des activités pratiques d'apprentissage et des projets adaptés à la réalité du marché du travail.
- Communiquer avec les élèves dans un français correct et en utilisant la terminologie technique appropriée.
- Rechercher le plus possible la collaboration du milieu de travail.
- Faire découvrir aux élèves que l'enseignement professionnelle constitue aussi une voie importante d'intégration sociale et de développement personnel.

Les principes pédagogiques constituent des lignes directrices à observer dans le choix des stratégies et des moyens pour atteindre les buts et objectifs du programme.

1.2 Intentions pédagogiques

- Développer l'éthique professionnelle et le respect de la personne.
- Développer l'autonomie, l'initiative, le sens des responsabilités et l'esprit d'entreprise.
- Développer une discipline personnelle et une méthode de travail.
- Développer le souci de protéger l'environnement.
- Développer la préoccupation du travail bien fait.
- Développer le sens de l'économie de l'énergie et du matériel.

- Développer la préoccupation d'utiliser avec soin le matériel électronique.

Les intentions pédagogiques incitent les formatrices et les formateurs à intervenir dans une direction donnée chaque fois qu'une situation s'y prête. Pour des raisons d'ordre pratique, il est recommandé de procéder par alternance. Pour ce faire, chacune des intentions pourrait être mise en évidence sur une base hebdomadaire ou dans le cadre d'un cours où elle est particulièrement appropriée.

2. APPROCHE PÉDAGOGIQUE GÉNÉRALE

Le programme est défini par compétences. Celles-ci ont été déterminées, en particulier, à partir d'une analyse de situation de travail et en tenant compte des buts de la formation. Un objectif opérationnel de premier niveau est formulé pour chacune des compétences à développer. Ces dernières sont structurées et articulées en un projet intégré de formation visant à préparer l'élève à la pratique d'une profession. Cette organisation systématique des compétences permet d'obtenir un résultat global qui va au-delà d'une formation par objectifs isolés. Elle permet en particulier une progression harmonieuse d'un objectif à l'autre, une économie dans les apprentissages en évitant les répétitions inutiles, un renforcement et une intégration des apprentissages, etc.

L'organisation des compétences à développer est présentée dans la matrice des objets de formation qui suit. Celle-ci met en évidence les compétences spécifiques au métier, les compétences plus générales ainsi que les grandes étapes du processus de travail propres à ce métier. Les compétences spécifiques portent particulièrement sur des tâches et des activités directement utiles à l'exercice d'une profession. Les compétences générales, pour leur part, portent sur des activités plus larges, communes à plusieurs tâches ou à plusieurs situations. Elles se réfèrent à des aspects tels la compréhension de principes technologiques ou scientifiques. Finalement, le processus de travail met en évidence les étapes les plus significatives de réalisation des tâches et activités du métier. Les symboles (Δ , $\circ$) de la matrice montrent les liens fonctionnels qui existent entre ces éléments. De plus, lorsqu'ils sont noircis, ils indiquent que l'on a systématiquement tenu compte de ces liens fonctionnels dans la formulation des objectifs visant le développement des compétences spécifiques au métier.

La logique utilisée au moment de la construction de la matrice des objets de formation a des implications sur la séquence d'enseignement des modules. De façon générale, on a tenu compte d'une certaine progression en termes de complexité des apprentissages et de développement de l'autonomie de l'élève. De ce fait, l'axe vertical de la matrice des objets de formation présente les compétences particulières au métier dans un ordre relativement fixe pour l'enseignement et sert de point de départ pour l'agencement de l'ensemble des modules. Certains deviennent ainsi préalables à d'autres ou doivent être vue en parallèle.

Les modules issus des compétences de l'axe verticale doivent être enseignés le plus possible dans l'ordre présenté dans la matrice des objets de formation. Quant à ceux issus des compétences de l'axe horizontal, ils doivent être placés en fonction des modules de l'axe vertical, de manière à tenir compte des apprentissages préalables à ces derniers. La composition des sessions de formation respecte cet ordre. De plus, une proposition complète d'une séquence d'enseignement est présentée dans le «Logigramme» aux pages 7 et 8.

LOGIGRAMME DE LA SÉQUENCE D'ENSEIGNEMENT

Compétences
particulières

Compétences
générales

SEMAINES ↓	NUMÉRO DE MODULE →	1	6	7		2	3	4	5					TEMPS HEBDO TOTAL ↓
01	20					05								25 PÉRIODES DE 60 MINUTES OU 25 HEURES
02	15					10								
03	10					15								
04						15	10							
05						15	10							
06							15	10						
07							15	10						
08							10	10	05					
09								15	10					
10			15						10					
11			15						10					
12			20						05					
13			20						05					
14			25											
15			25											
16				25										
17				25										
18				25										

PREMIER BLOC : 18 SEMAINES

LOGIGRAMME DE LA SÉQUENCE D'ENSEIGNEMENT

Compétences
particulières

Compétences
générales

SEMAINES ↓	NUMÉRO DE MODULE →	10	11	13	15	8	9	12	14	TEMP HEBDO TOTAL ↓
DEUXIEME BLOC : 18 SEMAINES	01					15	10			25 PÉRIODES DE 60 MINUTES OU 25 HEURES
	02					15	10			
	03					15	10			
	04						25			
	05	05					20			
	06	25								
	07	15	10							
	08		10					15		
	09		10					15		
	10		10					15		
	11		05	10					10	
	12			15					10	
	13			15					10	
	14			05	20					
	15				25					
	16				25					
	17				25					
	18				25					

3. STRATÉGIE PROPOSÉE POUR L'APPRENTISSAGE

Pour favoriser l'atteinte des objectifs de premier niveau, la stratégie proposée consiste à effectuer les apprentissages d'une façon progressive. On aborde en premier les apprentissages particuliers pour passer ensuite à l'apprentissage de l'ensemble. À chaque fois, on procède à des activités d'apprentissage, d'évaluation et d'enseignement correctif.

En premier lieu, des activités spécifiques d'apprentissages portent sur :

- un ou quelques objectifs de second niveau,

ou

- une ou quelques précisions de l'objectif de premier niveau (de comportement ou de situation),

ou

- une combinaison de ce qui précède.

Cette façon de faire se continue jusqu'à ce que les objectifs de second niveau et les précisions ou les phases (sauf la dernière) soient entièrement couverts.

Par la suite, des activités synthèses d'apprentissage portent sur :

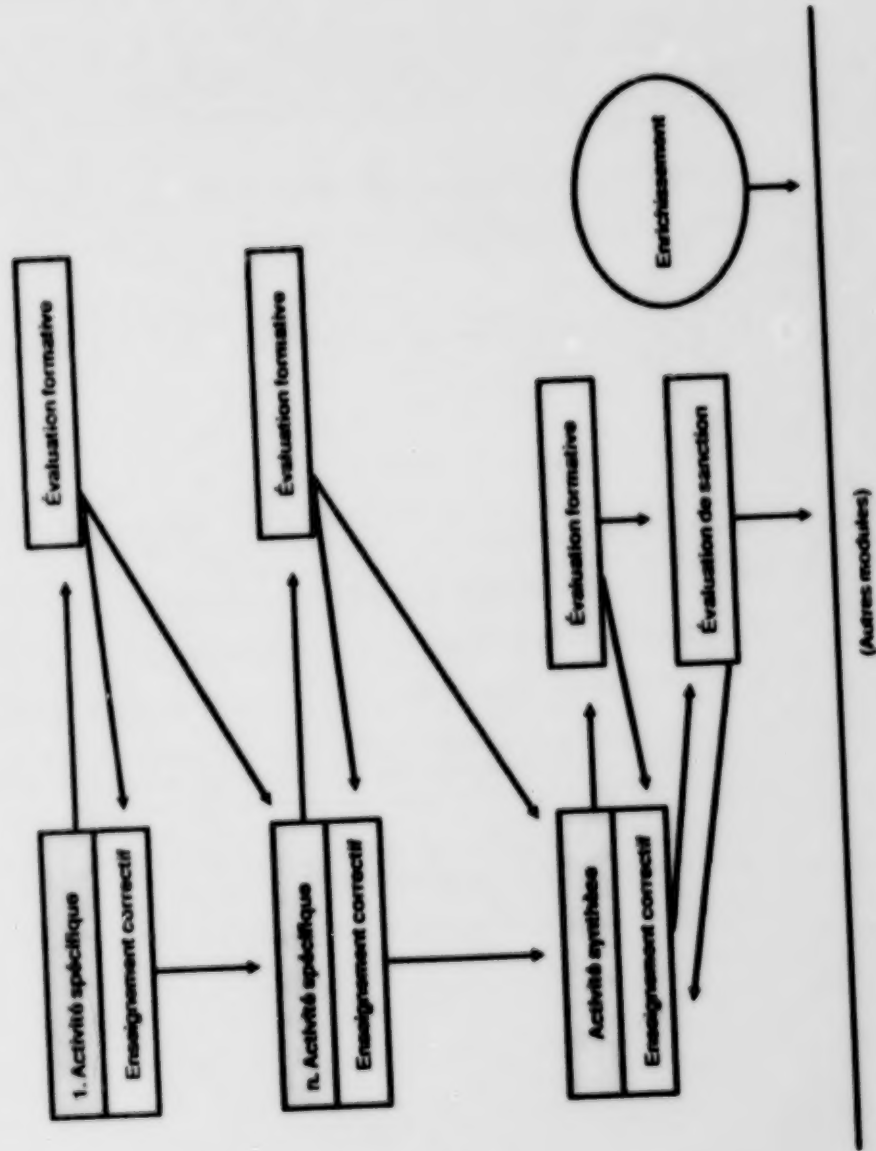
- l'ensemble de l'objectif de premier niveau (de comportement),
- l'objectif de premier niveau de situation et, plus particulièrement, la dernière phase.

Les activités spécifiques initiales permettent de traiter séparément des connaissances, des habiletés, des attitudes et des perceptions afin d'en assurer le développement. De plus, elles permettent aussi des regroupements en vue d'une première intégration.

Les activités synthèses qui leur succèdent assurent, quant à elles, le parachèvement et l'intégration plus complète des apprentissages.

Le schéma de la page suivante présente l'organisation des activités de cette stratégie.

SCHÉMA DE LA STRATÉGIE D'APPRENTISSAGE



4. RÔLE ET FONCTIONS DES ENSEIGNANTS ET DES ENSEIGNANTES

Le rôle des enseignants et des enseignantes doit s'adapter aux changements apportés en formation professionnelle. Cette adaptation est particulièrement requise pour mieux tenir compte :

- d'un enseignement par objectifs,
- du rythme individuel et de la façon d'apprendre des élèves et,
- d'une responsabilité accrue des élèves en regard de leurs apprentissages.

Dans ce contexte, les enseignants et les enseignantes doivent organiser leur enseignement de façon à encadrer des élèves qui peuvent être à des endroits différents dans leur cheminement vers l'atteinte d'objectifs. Ils doivent également tenir compte d'une approche, d'une stratégie et d'un processus d'apprentissage qui requièrent les fonctions suivantes d'enseignement :

- Planification et préparation en situant d'abord les cours dont ils ont la responsabilité à l'aide du «logigramme de la séquence d'enseignement». En modifiant ou en complétant, au besoin, en second lieu, les objectifs opérationnels de second niveau. En prévoyant et en produisant, en troisième lieu, les activités propres à ces cours à l'aide des tableaux spécifiques aux modules. En coordonnant, en quatrième lieu, les activités d'apprentissage de chacun des élèves et en répartissant les postes de travail et le matériel nécessaire. En agençant et en élaborant, finalement, des activités d'apprentissage, d'évaluation, d'enseignement correctif et d'enrichissement.
- Information et motivation en situant les élèves par rapport à l'ensemble du programme et, aussi, à chacun des cours. En fournissant les données utiles à une compréhension suffisante de ce qu'il y a à faire. Et en faisant ressortir l'importance et la pertinence des apprentissages à réaliser. Le premier module est prévu pour situer et stimuler les élèves par rapport à l'ensemble de leur formation. Par ailleurs, il revient à chaque enseignante et enseignant de fournir, au début de chaque cours et de chaque activité importante, les données nécessaires à ces fins.

- Animation, soutien et orientation, premièrement, en guidant les apprentissages par un rappel des objectifs, par l'identification des préalables et par la formulation d'indications sur les activités à réaliser. En créant, en second lieu, un climat de confiance reposant sur le respect des personnes et de leur autonomie ainsi que sur la clarification des enjeux réels. En maintenant, en troisième lieu, l'intérêt par une implication fréquente des élèves tout au long de leur cheminement, par des propositions d'activités intéressantes et diversifiées, par un dosage judicieux du niveau de difficulté, par l'utilisation d'approches à caractère pratique, par des encouragements répétés et par une ouverture aux préoccupations personnelles des élèves. En encadrant, en quatrième lieu, les activités d'apprentissage par une implantation d'un système souple et efficace de suivi des élèves qui permet le diagnostic des points forts et des faiblesses, par une assistance particulière aux élèves en difficulté et par une direction adéquate des élèves vers des activités d'apprentissage, d'évaluation, d'enseignement correctif et d'enrichissement. En fournissant, finalement, des explications claires et justes au groupe et aux individus.
- Évaluation en assurant le suivi mentionné précédemment. En produisant et en utilisant des instruments d'évaluation formative et de sanction des études. En administrant ces mêmes instruments. En utilisant et en traitant des données pour l'évaluation formative et, en fournissant les données pour la sanction des études.

5. SUGGESTIONS PÉDAGOGIQUES PAR MODULE

5.1 Sommaire

PREMIER BLOC DE FORMATION

Module 1 :	Situation au regard du métier et de la démarche de formation	15
Module 2 :	Communication en milieu de travail	25
Module 3 :	Comportement du consommateur	37
Module 4 :	Notions de marketing	51
Module 5 :	Lois et règlements relatifs au commerce de détail	59
Module 6 :	Vente de produits et services	67
Module 7 :	Amorce de la vente en entreprise	81

DEUXIÈME BLOC DE FORMATION

Module 8 :	Préparation d'un dossier-produit	91
Module 9 :	Utilisation des équipements électroniques	101
Module 10 :	Opérations de caisse	107
Module 11 :	Opérations d'inventaire	115
Module 12 :	Notions de merchandising	127
Module 13 :	Étalages	135
Module 14 :	Moyens de recherche d'emploi	143
Module 15 :	Intégration au milieu de travail	149

5.2 Suggestions

Dans cette section du document, vous trouverez pour chacun des quinze modules les informations suivantes :

- une présentation du module;
- des stratégies d'enseignement ou d'apprentissage;
- des éléments pour l'évaluation formative;
- la liste des objectifs de premier et de second niveaux avec leurs éléments de contenu correspondants.

Module : 1

Codes : CPD 181

458013

Titre : SITUATION AU REGARD DU MÉTIER ET
DE LA DÉMARCHE DE FORMATION

Durée : 45 h

Présentation du module

L'objectif de ce module est de permettre aux élèves d'acquérir une vision globale et réaliste de l'exercice du métier ainsi que du programme de formation. À la lumière de ces connaissances, les élèves compareront leurs capacités et leurs attentes avec les exigences du métier. Cette analyse permettra aux élèves, dès le début du programme, d'évaluer leur choix d'orientation professionnelle.

Le contenu de ce module permettra également aux élèves d'établir des liens entre l'exercice du métier et les apprentissages prévus dans le programme. Cette approche permettra de maintenir l'intérêt des élèves et favorisera une meilleure intégration des apprentissages tout au long de leur formation.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Dès les premières rencontres, l'enseignant ou l'enseignante devra insister sur l'importance de ce premier module. À la fin de celui-ci, les élèves devront avoir une idée précise du plan de formation dans lequel ils ou elles s'engagent et du métier qu'ils ou qu'elles exerceront éventuellement.

Afin d'atteindre l'objectif, l'enseignant ou l'enseignante incitera les élèves à participer activement aux activités d'apprentissage proposées dans ce module. Une préparation rigoureuse et un suivi attentif de ces activités permettront aux élèves d'en retirer de meilleurs avantages.

L'enseignant ou l'enseignante appuiera ses exposés à l'aide du matériel didactique approprié (feuilles d'acétate, schémas, tableaux, etc.). Il ou elle encouragera la recherche en mettant à la disposition des élèves les documents pertinents (rapports, analyses, programmes, etc.). Il ou elle encadrera des discussions et interviendra pour clarifier certains sujets. Il ou elle organisera des visites organisées et invitera un ou des représentants de l'industrie à venir parler de différents aspects du métier.

Finalement, l'enseignant ou l'enseignante aidera les élèves à dresser le bilan de leurs analyses et de leurs observations. Il ou elle discutera des fondements de ses choix d'orientation et mettra les élèves en contact avec d'autres personnes-ressources si nécessaire.

Évaluation formative

Cette évaluation permettra à l'enseignant ou l'enseignante d'identifier l'élève, ou les élèves, ayant fait un mauvais choix professionnel. L'enseignant ou l'enseignante devra également être attentif aux indices révélant chez l'élève un inconfort vis-à-vis le métier ou le dispositif de formation ou, encore,

une incohérence entre les attentes et la réalité du métier. De telles situations devraient être mises à jour et clarifiées le plus tôt possible.

Tout au long du déroulement du module et à l'aide d'outils adéquats, l'enseignant ou l'enseignante devra s'assurer de la perception juste et réaliste que possède l'élève des points suivants :

- les tâches du métier, les types d'entreprises où il pourra éventuellement travailler, les perspectives d'embauche, etc.;
- ses goûts, attentes et aptitudes au regard des réalités du métier;
- les compétences visées dans le programme de formation.

L'enseignant ou l'enseignante pourrait également évaluer la qualité de la préparation des visites, des rencontres et des discussions afin que l'élève tire profit de ces activités.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Être réceptif ou réceptive à l'information relative au métier et à la formation	- Conditions de réceptivité : • attention visuelle; • attention auditive; • climat favorable; • intérêt; • concentration; • bien-être physique et psychologique.	- Inviter chaque personne à se présenter : • se présenter (nom, statut, etc.); • court exposé sur ce que l'on entend par la notion de réceptivité; • brainstorming sur le sujet.	- L'élève se présente. - Précise son intérêt pour la formation. - Participe au brainstorming.	- Participe aux activités.
2. Avoir le souci de partager sa perception du métier avec les autres personnes du groupe	- Avantage à communiquer son point de vue et à découvrir celui des autres.	- Favoriser une discussion de groupe en donnant les consignes d'usage permettant de discuter en groupe.	- Participe à un échange avec le groupe sur ses perceptions et de ses goûts face au métier.	- Participe à la discussion.
3. Repérer l'information pertinente	- Détermination de ce que l'on cherche. - Préparation pour discerner les points importants. - Concentration sur les points à retenir. - Notation de ces points. - Détermination des sources d'information possibles : • commerces de détail; • vendeurs et vendeuses; • documentation spécialisée.	- Montrer comment chercher de la documentation; - Fournir un support; - Animer une discussion sur l'utilité de la documentation; - Compléter les informations.	- Cherche des documents d'information spécifique au secteur. - Participe à la discussion. - Transmet ses recherches.	

3. (suite)	- Détermination des moyens utilisés : • visites d'observation; • interviews par téléphone et en personne; • demande d'informations par courrier; • présence à des conférences. - Méthodes de travail pour : • prendre des notes; • faire un résumé; • présenter un travail.	- Présenter un exposé sur les méthodes de travail. - Lire des phrases courtes. - Vérifier la rapidité, l'écriture et l'utilisation d'abréviations. - Corriger individuellement chaque résumé.	- Écoute l'exposé et la lecture qui s'en suit. - Prend des notes. - Écrit le plus rapidement possible. - Résume un article se rapportant à la vente au détail. Ex : historique du commerce de détail, d'un magasin, etc. - Présente un travail écrit.	
5. Expliquer les principales règles permettant de discuter en groupe	- Identification de règles fondamentales : • participation; • respect des tours de parole; • ne pas s'écarter du sujet; • être attentif aux autres; • accepter que les autres aient des points de vue différents.	- Animer l'échange. - Faire une synthèse des règles à conserver. - Écrire, sur une feuille à afficher en classe, les règles demandées lors de l'échange.	- Participe à un échange avec le groupe sur les règles à suivre en classe lors des discussions.	

Activités de la phase I :			D'OFFRE/DESSAGE	FORMATIVE
Information sur le secteur S'informant sur les caractéristiques du marché du travail dans le domaine de la vente au détail	- Etude du secteur : • structure du commerce de détail; • rôle et évolution du commerce de détail; • importance du commerce de détail dans l'économie québécoise. - Types de commerces de détail selon : • le type de propriété; • le genre de produits; • le degré de service offert; • la superficie. - Perspectives d'emploi. - Rémunération : • salaires; • commissions; • bonus; • avantages marginaux. - Avancement et mutation.	- Faire un exposé. - Distribuer la documentation nécessaire.	- Recueillir des données sur la majorité des sujets à traiter concernant le marché du travail.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
S'informer sur la nature et les exigences de l'emploi	- Selon les différents types de commerces : • tâches et postes; • conditions de travail; • éthique personnelle et professionnelle; • droits et responsabilités; • critères d'évaluation; • exigences du métier; • etc.	- Donner de l'information et des explications au sujet de la fonction de travail. - Organiser une rencontre avec une personne ressource de l'entreprise ou un ancien élève. - Organiser des visites dans deux types différents de commerces de détail.	- Prend note des explications sur la fonction de travail. - Consulte le rapport d'analyse de situation du travail (AST). - Prépare une grille de questions à poser lors des visites ou des rencontres avec des personnes ressources. - Visite en ou s'usur commences. - Participe à une discussion suite à l'observation lors des visites.	- Recueille des données sur la majorité des sujets à traiter : • tâches; • conditions de travail; • comportements généraux et attitudes professionnelles.
S'informer sur la possibilité de créer son entreprise ou de travailler à son compte	- Caractéristiques de l'entrepreneur. - Motivations pour se lancer en affaires. - Étapes à suivre pour devenir un entrepreneur.	- Utiliser la «Trousse de sensibilisation des élèves sur la formation professionnelle et l'entrepreneuriat diffusée par la Direction générale de la formation professionnelle. - Organiser, à l'aide de la trousse de sensibilisation, la visite d'un entrepreneur ou d'un entrepreneur. - Présenter le vidéo Devenir entrepreneur.	- Écrire le témoignage. - Pose des questions au conférencier.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Présenter des données recueillies, au cours d'une rencontre de groupe, et discuter de sa perception du métier : avantages, inconvénients, exigences	- Perception du métier.	- Créer un climat détente favorisant la discussion. - Fournir aux élèves les moyens adéquats pour encourager l'évaluation de leur orientation professionnelle.	- Participe à une discussion. - Détermine son milieu de travail potentiel.	- Exprime convenablement sa perception du métier et de ses exigences en faisant le lien avec les données préalablement recueillies. - L'enseignant ou l'enseignant remplit une grille de participation pour chaque élève.
Fin des activités de la phase 1. 6. Faire la distinction entre les termes habileté, aptitude, attitude et connaissance utilisés en formation professionnelle	- Définitions simples : • habiletés : possibilité de reproduire un comportement; • aptitudes : disposition naturelle; • attitudes : possibilité d'agir positivement ou négativement aux objets ou aux situations; • connaissances : idée, notion, compréhension.	- Présenter une définition des termes au tableau.	- Prend note et commente.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
7. Décrire la nature, la fonction et le contenu d'un programme d'études	- Nature : • document officiel du ministère de l'Éducation qui a valeur de règlement. - Fonction : • sert de référence à l'enseignement et à l'apprentissage, à l'évaluation et à la sanction des études. - Contenu : • ensemble des objectifs : buts, objectifs généraux et objectifs opérationnels.	- Présenter chacun des éléments d'un programme d'études.		
Activités de la phase 2 Information sur le projet de formation et engagement dans la démarche Discuter des habiletés, aptitudes et connaissances nécessaires pour pratiquer le métier	- Définition et distinction des termes.	- Animer une discussion. - Agir en tant que personne ressource.	- Participer à une discussion sur les habiletés, aptitudes, attitudes et connaissances nécessaires à l'exercice du métier de vendeur ou vendeur-conseiller ou conseiller-vendeur.	- Donner son opinion sur quelques dimensions considérées comme des préalables à l'exercice du métier.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
S'adapter sur le projet de formation	- Examen du document «Programme d'études», voir en particulier : • le tableau synthétique; • les buts de la formation; • les objectifs généraux; • les objectifs opérationnels de premier niveau. - Cueillette d'informations sur : • l'évaluation; • la sanction des études; • la démarche de formation; • l'organisation des cours.	- Distribuer la documentation. - Expliquer la fonction des composantes des objectifs des premier et second niveau. - S'assurer que l'élève ait une perception juste des compétences visées et des exigences de leur évaluation. - Agir comme personnel-ressource. - Insister sur le fait que l'élève sera appelé à participer très activement à sa démarche d'apprentissage.	- Examine les documents d'études. - Recueille des informations. - Se familiarise avec les principaux éléments du programme d'études.	- Recueille des données sur chacun des aspects du programme.
Faire part de ses premières réactions au métier et à la formation		- Organiser et animer une discussion de groupe.		- Exprime convenablement sa perception de la formation. - Se fixe des objectifs personnels.
Fin des activités de la phase 2				
9. Faire la distinction entre goûts, aptitudes et intérêts	- Détermination de ce que l'on aime et évaluation de la possibilité que l'on a de le réaliser.	- Préparer des questions susceptibles d'orienter le questionnement de l'élève quant à ses goûts, intérêts et aptitudes. - Échanger en groupe ses goûts, intérêts et aptitudes.	- Tracer un bilan des principaux éléments qui ont motivé son choix d'orientation professionnelle.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
10. Décrire les principaux éléments d'un rapport confirmant un choix d'orientation professionnelle	- Résumé des goûts, aptitudes et intérêts. - Résumé des exigences pour pratiquer le métier. - Parallèle entre les deux aspects qui précèdent. - Brève conclusion expliquant son choix d'orientation.	- Préciser les consignes à respecter dans la rédaction d'un rapport (français, style, propreté, etc.). - Préciser les éléments du rapport.		
Activités de la phase 3 Évaluation et confirmation de son orientation Produire un rapport	- Précision de ses goûts, aptitudes et intérêts. - Comparaison des aspects et exigences du métier avec ses goûts, aptitudes et intérêts.		- Produire un rapport contenant une présentation sommaire de ses goûts, intérêts, aptitudes et des explications sur son choix d'orientation en faisant des liens avec ses goûts, intérêts et aptitudes.	- Décrit ses principaux goûts, intérêts et aptitudes. - Justifie son choix d'orientation en faisant le lien entre ses goûts, ses intérêts et ses aptitudes d'une part et les caractéristiques du métier d'autre part.
Fin des activités de la phase 3				

Module : 2

**Codes : CPD 185
458054**

Titre : COMMUNICATION EN MILIEU DE TRAVAIL

Durée : 60 h

Présentation du module

Ce module a pour fonction de permettre à l'élève d'acquérir les principes de base et les principales techniques de communication interpersonnelle. De plus, il le sensibilise aux principes et techniques relatives au travail d'équipe en le situant dans le contexte d'un commerce.

Pour développer cette compétence, l'élève prendra d'abord connaissance des notions de base en communication, du processus de la communication ainsi que des moyens de communication. Ensuite, les aspects de la communication verbale et non verbale seront enseignés dans le contexte de la vente. L'élève sera également sensibilisé au fonctionnement d'une équipe de travail en incluant différentes notions essentielles pour le vendeur. Finalement, l'analyse de sa capacité de communiquer permettra à l'élève de faire la synthèse du module.

Ce module a donc avantage à être enseigné au début du programme. L'élève pourra véhiculer les notions apprises et les mettre en pratique tout au long de sa formation.

Le module 6 sur les techniques de vente approfondit certains aspects de la communication qu'il aura vu durant ce module.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Afin de permettre à l'élève d'acquérir des techniques en communication et au travail d'équipe, l'enseignante ou l'enseignant a avantage à utiliser plusieurs jeux de rôle. On entend par jeu de rôle, une technique visant à représenter des situations les plus souvent semblables à celles de la vie réelle. Deux ou plusieurs élèves, selon la situation, peuvent participer au jeu de rôle en interprétant chacun un personnage. Pour le déroulement, le jeu de rôle laisse place à l'improvisation. Les élèves, ne participant pas au jeu, observent à l'aide d'une grille, les attitudes et les comportements des acteurs. C'est aussi une autre façon d'apprendre. Il est important que les jeux de rôle soient suivis d'une discussion où les attitudes et les comportements sont analysés par les observateurs et dans un deuxième temps par les acteurs. L'enseignante ou l'enseignant exigera que tout commentaire ou critique soit constructif c'est-à-dire qu'il suggère des moyens pour améliorer les attitudes et les comportements.

L'implication des élèves au cours de ce module doit être continue. Il faut assurer un maximum d'encadrement et être à l'écoute des difficultés qui peuvent surgir tout au long de l'appropriation des concepts de la communication interpersonnelle efficace et des principes et techniques relatives au travail d'équipe.

L'utilisation d'un système audio-visuel tel que caméra, vidéo et télévision est grandement conseillée pour la pratique des techniques enseignées dans ce module. L'utilisation de grilles d'observation et les échanges en plénière sont fortement suggérés.

Il est à noter que l'enseignante ou l'enseignant qui sera appelé à animer ce module doit intervenir prudemment car certaines situations seront vues comme menaçantes. Tout changement est perçu comme dérangeant, toute remise en question profonde des façons de faire, de valeurs, etc., peut provoquer des résistances, des refus, des craintes et des interrogations.

Le rôle de l'animatrice ou de l'animateur consiste non seulement à transmettre des notions mais aussi à jouer un rôle de facilitateur, de support et de ressource.

Évaluation formative

L'évaluation formative devrait être axée sur la participation de chaque élève. Il est suggéré que l'enseignante ou l'enseignant se prépare une grille personnelle tenant compte de la participation de l'élève durant les 5 phases du module.

Codes : 458164 / CPD 185

Durée : 60 h

Module no : 2
Titre : COMMUNICATION EN MILIEU DE TRAVAIL

OBJECTIFS (1er et 2e séjours)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Activités de la phase 1 : Sensibilisation aux principes généraux de la communication	- Définition du terme communication. - Le processus de la communication : • émetteur; • récepteur; • message; • feed-back; • cadre de référence; • la communication non verbale; • etc. - L'importance des moyens de communication : • oral; • revues spécialisées; • catalogues; • appels téléphoniques; • entretiens; • etc. - Jeu : accident de la circulation (obstacle à la communication).	- L'enseignante ou l'enseignant fait définir la communication en se servant du tableau. - Présente le processus de la communication à l'aide des élèves en dessinant au tableau le schéma du processus de la communication. - Fait un exposé en présentant les moyens courants de communication avec le patron, les collègues, les fournisseurs et les clients.	- Les élèves définissent la communication. - Répondent aux questions sur le processus de la communication.	
	- Demande six volontaires en leur précisant qu'ils auront un message à nous communiquer et les fait sortir de la pièce. - Explique le document d'observation aux autres élèves. - Fait entrer à tour de rôle chaque volontaire.	- Les six volontaires, à l'extérieur, se donnent un chiffre de 1 à 6 et la 6e personne joue le rôle de policier. - Les élèves observent la façon dont le message est communiqué et complètent le document d'observation.		

OBJETIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
PHASE 1 (suite)	- Caractéristiques d'une communication efficace : • confiance en soi; • écoute; • clarté d'expression; • maîtrise de soi; • ouverture à autrui; • s'adapter au langage de l'autre; • etc. - Les obstacles à la communication : • n'écoute pas les explications; • idées préconçues; • sauter aux conclusions sans analyser les faits; • distorsion dans le message; • etc.	- Fait un retour sur le jeu et demande au groupe de tirer des conclusions. - À l'avance, elle ou il choisit quatre élèves qui communiquent facilement et attribue à deux élèves des éléments d'une bonne communication et aux deux autres des obstacles à une communication efficace. - Fait un retour sur les jeux de rôle. - Présente un exercice aux élèves et divise le groupe en sous-groupe.	- Les élèves donnent un compte rendu de leurs observations. - Pour chaque situation, les élèves jouent leur rôle, les autres notent, à partir d'une grille, les attitudes et comportements sans connaître le but de l'exercice. - Les élèves commentent leurs observations concernant les éléments d'une bonne communication et les difficultés dans les communications. - Individuellement, les élèves écrivent les difficultés qu'ils rencontreraient dans leur communication et qu'ils pourraient vivre comme vendeur. - En sous-groupe, ils trouvent des moyens concrets pour éliminer ou diminuer ces difficultés.	- L'enseignante ou l'enseignant remplit une grille de participation par élève.

OBJECTIFS GÉNÉRAUX (1er et 2e niveaux)	D'APPRENTISSAGE	D'ENSEIGNEMENT	FORMATIVE
PHASE 1 (suite)	- Chaque élève évalue ses propres habiletés sur le plan de la communication et se choisit des moyens afin d'améliorer ses communications et les présente aux autres élèves.	- Fait un retour sur l'activité et complète au besoin. - Distribue une grille d'auto-évaluation à chaque élève.	
Activités de la phase 2 : Familiarisation avec les différents aspects de la communication verbale et non verbale	- Les élèves, participant à une table ronde, identifient et discutent des facteurs à tenir compte dans le choix des mots et la façon d'échanger des idées.	- Donne des exemples, dans le contexte de la vente, de l'utilisation de certains mots plutôt que d'autres mots selon le cadre de référence des individus. - Anime l'échange entre les élèves.	- Les élèves énumèrent et discutent des caractéristiques d'une communication verbale efficace.
		- Les facteurs influençant le choix des mots en rapport avec le cadre de référence de chaque individu : • culture; • âge; • milieu socio-économique; • éducation; • etc. - Caractéristiques d'une communication verbale efficace. - Techniques d'une communication efficace.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
PHASE 2(suite)	- Communication affirmative. - Communication non affirmative : • comportement passif; • comportement manipulateur; • comportement agressif. - Les caractéristiques et l'importance de la communication non verbale par rapport à la communication verbale.	- Fait un exercice sur la communication affirmative versus la communication non affirmative. - Conçoit et distribue une fiche par élève concernant les types de communication en rapport avec la communication affirmative et la communication non affirmative. - Il est à noter que durant chaque jeu de rôle au moins une personne joue le rôle d'un communicateur affirmatif. - Anime la discussion. - Donne, à partir de son expérience, des exemples de communication non verbale du vendeur et de l'implication de cette communication. - Anime la discussion.	- En diade, les élèves déterminent des situations vécues dans un contexte de vente avec le patron et/ou collègue et/ou client. - Chaque élève participe ensuite à au moins un jeu de rôle où le type de communication est défini sur une fiche. Durant le jeu, le reste du groupe complète une grille d'observation sur la communication de chaque acteur. - Participe à une discussion et déduit de quel type de communication il s'agit. - Jeu de rôle - discussion, etc. - Les élèves identifient et discutent des caractéristiques de la communication non verbale et de son importance.	- L'enseignante ou l'enseignant remplit une grille de participation pour chaque élève.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Activités de la phase 3 Sensibilisation aux techniques de communication et à la relation de vente	- Attitudes, comportements et techniques favorisant l'écoute : • adopter une attitude active; • centrer son attention sur les points importants de l'échange; • distinguer un fait d'une opinion; • éviter de couper la parole; • la reformulation; • les moments de silence; • l'escaladement; • l'utilisation des questions; • etc. - Attitudes et comportements du vendeur face à différents types de clients : • timide; • méfiant; • bavard; • important; • indécis; • contrarié; • impulsif.	- Divise le groupe en sous-groupe. - Fait un retour sur l'activité et complète. - Explique la façon de procéder durant l'application de la technique de reformulation. - Anime l'activité.	- Les sous-groupes nomment et expliquent des attitudes, comportements et techniques favorisant l'écoute. - Compte rendu des équipes en plénière. - Enseignent l'activité.	
		- Divise le groupe en sous-groupe. - Fait un retour en complétant au besoin.	- Chaque sous-groupe se nomme un porte-parole et discute des attitudes et comportements à adopter face à sept types de clients. - En plénière, chaque porte-parole donne un compte rendu de son équipe.	- L'enseignant ou l'enseignant remplit une grille de participation par élève.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
PHASE 3 (suite) Fin des activités de la phase 3 1. Définir les rôles de chaque personne dans une équipe de travail d'un commerce. 2. Distinguer les concepts de collaboration et de compétition au regard du travail en équipe	- Les rôles de chaque personne : • patron; • gérant; • vendeur; • fournisseur. - Les concepts de collaboration et de compétition.	- À l'avance, l'enseignante ou l'enseignant se choisit six élèves : trois vont jouer le rôle de vendeur et trois vont faire un type de client. - Anime la discussion. - Définit, à partir de son expérience, le rôle de chaque personne dans une équipe de travail d'un commerce. - Anime la discussion. - Fait définir la collaboration et la compétition au sein d'une équipe de travail et note les réponses des élèves au tableau. - Donne des exemples de compétition et de collaboration que peuvent vivre des équipes de travail.	- Durant les jeux de rôle, les élèves notent les attitudes et comportement des vendeurs. - À la fin, les observateurs discutent des attitudes et comportements adoptés par chaque vendeur et décrivent à quel type de client il faisait affaire. - Discutent de leur rôle au sein de l'équipe de travail d'un commerce. - Définissent les notions de compétition et de collaboration et font des commentaires.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Activités de la phase 4 : Sensibilisation aux principes et techniques relatives au travail d'équipe	- Les facteurs influençant le fonctionnement d'un groupe : • l'atmosphère et les relations interpersonnelles; • la participation des membres; • l'écoute et la diffusion de l'information; • la recherche du pouvoir; • la prise de décision; • la cohésion du groupe; • le style de leadership; • etc. - Caractéristiques d'un climat social favorisant la collaboration au sein d'une équipe de travail. - Six manières d'obtenir la coopération. - Les attitudes et les comportements susceptibles de créer un climat de compétition malsaine au sein d'une équipe de travail.	- Demande environ huit volontaires. - Présente une grille d'observation aux autres élèves. - Anime le retour sur l'activité et la discussion. - Anime une discussion pour faire découvrir les caractéristiques d'un climat social favorisant la collaboration. - Présente six manières d'obtenir la coopération. - Anime un brain storming. - Écrit les idées des élèves au tableau et les classe. - Anime une discussion sur les attitudes et comportements émis par les élèves et complète en donnant des exemples.	- Les volontaires trouvent ensemble les solutions aux énigmes pendant que les autres élèves observent à l'aide d'une grille le fonctionnement du groupe (les volontaires ont 45 minutes pour faire l'activité). - En plénière, mise en commun des observations et discussion sur les facteurs qui influencent le fonctionnement d'un groupe. - Participe à la discussion. - Émettent leurs idées. - Participent à la discussion.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
	- Les attitudes et comportements des élèves au sein d'une équipe de travail. - Jeu des carrés.	- Forme des équipes de travail de cinq participants. - Présente les instructions aux observateurs-juges (les autres élèves). - Explique les directives aux équipes. - Fait un retour sur le jeu et anime la discussion.	- Les équipes construisent des carrés pendant que les observateurs-juges répondent aux questions. - En plénière, compte rendu des observateurs-juges et discussion sur le vécu des équipes. - Chaque élève note ses propres attitudes et comportements face à son vécu au sein de l'équipe de travail et les communique au groupe. - Participent à l'activité. - Donnent leurs commentaires sur leur vécu et sur le but de l'activité.	- L'enseignante ou l'enseignant, à l'aide d'une grille, identifie la participation de chaque élève.
Fin des activités de la phase 4 PHASE 5 3. Accepter de discuter le plus lucidement possible du bilan de ses habiletés relatives à la communication ainsi que des objectifs personnels pour suivre à cet égard	- Le bilan de ses habiletés relatives à la communication ainsi que ses objectifs personnels.	- Crée des situations où les membres du groupe doivent établir des relations de collaboration. - Explique l'activité au groupe sans dévoiler l'objectif. - Interrompt le groupe sur son vécu et sur l'objectif de l'activité.	- Écoute le travail. - Écrit ses objectifs personnels et les présente au groupe.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Activités de la phase 5 : Évaluation de la capacité de communiquer et de travailler en équipe	- Ses points forts et ses points faibles relativement à la communication et au travail d'équipe.	- Indique à chaque élève, à partir des points à améliorer, d'écrire ses objectifs personnels en communication. - Demande, à partir des situations vécues durant le cours, d'identifier ses points forts et ses points faibles relativement au travail d'équipe. - Divise le groupe en sous-groupe. - Fait un retour en plénière et complète.	- Exécute le travail. - Chaque élève, si désiré, présente au groupe ses points forts et ses points faibles relativement à la communication et au travail d'équipe. - Chaque sous-groupe aide ses membres à trouver des moyens concrets pour améliorer leurs points faibles. - En plénière, compte rendu sur les moyens trouvés. - Chaque élève rédige son rapport.	- L'enseignante ou l'enseignant évalue le rapport de chaque élève.
Fin des activités de la phase 5	- Rédaction d'un rapport : • ses points forts et faibles concernant la communication et le travail d'équipe; • ses objectifs; • les moyens à prendre pour s'améliorer.	- Transmet les consignes pour la rédaction du rapport.		

Module : 3

Codes : CPD 183
458034

Titre : COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

Durée : 60 h

Présentation du module

Ce module a pour fonction de faire connaître les besoins, les raisons et les motivations qui commandent le comportement du consommateur.

L'essence même du marketing exige que l'on connaisse bien les besoins et les demandes des consommateurs afin de pouvoir rejoindre adéquatement ces besoins et ces attentes. Il faut donc comprendre le comportement du consommateur et les variables qui sont susceptibles de le toucher.

Tout d'abord, l'élève se familiarisera avec les différentes caractéristiques du comportement du consommateur pour ensuite l'interpréter au moment de sa prise de décision d'achat et après son achat. En seconde partie, il se sensibilisera avec les notions d'influence que le vendeur ou la vendeuse peut avoir avec le consommateur au moment de l'achat et après l'achat proprement dit. Pour terminer, nous analyserons les concepts entourant l'évaluation des tendances du marché, et ce, à partir des relations de vente et de la situation actuelle du marché.

Ce module est un module de base et doit être vu avant les modules 6 (Vente de produits et services), 7 (Amorce de la pratique de la vente en entreprise) et 15, car il y a application d'un lien fonctionnel avec ceux-ci. Ce module est donc important pour l'apprentissage des modules suivants.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Afin de rendre significatives les activités d'apprentissage prévues au module, l'enseignante ou l'enseignant a avantage à encourager le travail en groupe où les étudiants pourront mieux identifier leurs propres attentes et comportements en tant que consommateurs en faisant référence à leur vécu. Les mises en situation sont particulièrement intéressantes dans ce module, car elles favorisent l'échange et créent une synergie stimulante d'apprentissage individuel tout en augmentant la compétitivité des groupes.

Évaluation formative

L'évaluation formative sera axée sur l'habileté dont fera preuve l'étudiant au cours des exercices et l'intégration des nombreux concepts touchant le comportement du consommateur.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Définir les termes reliés aux caractéristiques démographiques de la clientèle	- Définition des termes : • démographie (croissance démographique, etc.); • ethnologie; • densité de la population; • concentration des marchés; • mobilité de la population; • études statistiques (âge, sexe, degré de scolarité, etc.); • taille des foyers; • cycle de vie des familles; • marketing.	- En table ronde et à l'aide d'exemples tirés de la vie courante, fait un exposé informel pour faire découvrir le sens des mots. - Donne des exemples concrets sur l'utilisation des statistiques démographiques et l'utilisation que l'on en fait.	- Prend des notes. - Conçoit un lexique des mots reliés à la démographie. - Consulte certaines données statistiques démographiques.	- Questionnaire à réponse ouverte ou objective sur les définitions.
2. Définir les termes reliés aux caractéristiques économiques de la clientèle	- Principaux paramètres économiques : • conjoncture économique (inflation, récession, etc.); • consommation; • prix; • termes de crédit.	- Décrire pour chaque paramètre le lien avec le consommateur en terme de comportement.	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
2. (suite)	- Le revenu familial : • le potentiel économique de la famille (le pouvoir d'achat). - Les disponibilités de crédit à la consommation : • sources de crédit; • facilité de crédit; • endettement.	- Décrire ce qu'est et ce que comprend le revenu familial. - Décrire ce qu'est le pouvoir d'achat d'une famille et d'un individu. - Expliquer avec quelle facilité il est possible d'obtenir du crédit. - Décrire les différents courbes juridiques et sociales d'un endettement excessif.	- Discussion de groupe en regard des expériences individuelles sur la provenance des revenus familiaux et sur le pouvoir d'achat des membres de la famille. - Illustrer avec des exemples : • qui gagne; • qui dépense; • qui consomme; • qui achète. - Discussion de groupe sur les raisons qui incitent le consommateur à emprunter. - Prendre des notes.	- Questionnaire à réponses ouvertes sur leur perception du rôle économique de la famille sur le marché de la consommation et du pouvoir d'achat de la famille.
3. Définir les termes relatifs aux caractéristiques psychologiques de la clientèle	- Les termes relatifs à la personnalité des individus : • les théories de la personnalité; • les facteurs déterminants de la personnalité. - Les attitudes et comportements : • définitions; • la relation valeur-attitude et valeur-comportement; • le conflit versus l'afflictif.	- Définir les termes et identifier les traits de personnalité qui caractérisent les consommateurs d'un type de produit donné. - Décrire l'importance des valeurs en regard des attitudes et des comportements des individus. - Décrire la structure et les composantes des attitudes en terme d'éléments cognitifs, affectifs et comportementaux.	- Discussion de groupe sur les attitudes des clients en regard des préférences pour les marques considérées lors d'un achat.	

OBJECTIFS (1er et 2e colonnes)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
3. (suite)	La motivation : - Processus : • besoin insatisfait; • tension créée; • action vers un objectif; • objectif atteint; • besoin satisfait; • tension réduite. - Théorie des besoins : • modèle Maslow des besoins : • physiologiques; • de sécurité; • d'appartenance à un milieu; • d'estime de soi; • de réalisation de soi. - Le style de vie du consommateur. - Le niveau d'utilisation. - La fidélité à la marque. - La sensibilité à l'effort de marketing.	- Décrire la motivation comme une boucle déboulant par un besoin insatisfait et se terminant par une tension réduite, conséquence d'un besoin satisfait. - Décrire le modèle d'Abraham Maslow sur la hiérarchie des besoins fondamentaux de l'être humain. - Décrire les autres facteurs conséquents du comportement individuel tels que les influences sur le style de vie du consommateur, sa sensibilité à l'effort de marketing.	- Prend des notes. - Faire le graphique du processus de la motivation et l'expliquer. - Prend des notes. - Travail de groupe : illustrer la hiérarchie des besoins et donner au moins trois exemples pour chaque niveau de cette hiérarchie.	- Correction du travail en groupe.
4. Définir les termes relatifs aux caractéristiques sociologiques de la clientèle	- Définition des notions : • classe sociale; • groupe de référence; • influence des groupes de référence.	- Décrire les déterminants des classes sociales, la classification et la nature des groupes de référence.	- Prend des notes et lit des articles spécialisés sur la stratification sociale.	

OBJECTIFS (1er et 2e séminaires)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. (suite)	- Le type de cellule familiale : • célibat, • monoparental, • couples avec ou sans enfant.	- Préparer des études de cas simples. - Décrire l'influence de la famille sur le comportement de ses membres.	- Résout l'étude de cas en décrivant le degré d'influence des facteurs socio-économiques sur le comportement de consommation d'individus sélectionnés et ce pour trois types de produits. - Fait un rapport synthèse des comportements sociaux émergents des différents groupes d'influence environnant le consommateur, spécialement le groupe familial.	- Correction de l'étude de cas en groupe. - Évaluation du rapport synthèse quant à son contenu pertinent.
A. Expliquer les caractéristiques du comportement du consommateur	- Identification des besoins et des motifs d'achat : • regard sur le schéma élémentaire du processus d'achat.	- Fait un exposé théorique.	- Discussion de groupe sur leur propre cheminement d'achat en regard de leurs besoins et des motifs qu'ils invoquent pour leurs achats. - En groupe de 3 ou 4 élèves, définit le profil socio-économique du consommateur québécois en regard de la grille des 36 cordes sensibles des Québécois développée par Bouchard (BCP Pub.).	- Questionnaire à réponses ouvertes sur la hiérarchie des besoins et les motifs d'achat. - Évaluation de l'analyse en groupe.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
A (suite)	- L'état de l'environnement sur le plan écocono-psychosociologique • notions démographiques, • notions économiques, • notions psychologiques, • notions sociologiques.	- S'informer auprès des bureaux statistiques sur un sujet donné. - Préparer un cas synthétique afin de déterminer l'influence qu'ont sur le choix des consommateurs, les besoins, les valeurs et les objectifs personnels, les valeurs sociales, les pressions de la société et les influences familiales.	- Résout le cas synthétique.	- Évaluation du projet : • présentation; • cohérence; • compréhension; • application des concepts.
5. Décrire les différents types de comportement des consommateurs	- Dimensions intrinsèques de la personne : • la motivation; • la perception; • l'apprentissage; • l'attitude; • la personnalité. - Dimensions extrinsèques de la personne : • la culture; • les classes sociales; • les groupes de référence; • la famille.	- Faire l'intégration des composantes et expliquer un modèle de comportement contenant en plus du processus, les variables du marketing et de l'environnemental : les dimensions intrinsèques de la personnalité et les dimensions extrinsèques de l'environnement.	- Prend des notes. - Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
5. (suite)	- Types de consommateurs : • le rationnel; • l'affectif; • le compensant; • le coup de tête; • le séptique; • le curieux; • le pressé; • le sait-tout; • le muet; • le chercheur d'occasion; • le suspect; • l'habitué; • le client de passage; • l'occasionnel; • l'irrésolu; • le pratique.	- Expliquer quelques attitudes des consommateurs de certains consommateurs.	- Prend des notes. - Remue-méninge en groupe de travail de 3 ou 4 élèves pour trouver les stéréotypes comportementaux des consommateurs (voir élément de contenu pour une liste exhaustive).	- Évaluation du travail.
B Interpréter le comportement du consommateur au moment de la prise de décision d'achat	- Les étapes du processus décisionnel du consommateur : • reconnaissance d'un besoin; • recherche d'information par le consommateur (déplacements publicitaires, revues spécialisées, etc.); • évaluation des solutions (marque, modèle, prix, qualité du produit, conditions offertes, etc.); • achat (choix du magasin, l'achat);	- Faire un schéma élémentaire du processus d'achat. - Décrire pour chaque étape les comportements du consommateur. - Préparer des études de cas simples.	- Prend des notes. - Participation des élèves dans l'énumération des éléments particuliers de recherche d'information de la part du consommateur avant de prendre sa décision.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ELEMENTS DE CONTENU	ELEMENTS DE STRATEGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITES D'APPRENTISSAGE	ACTIVITES D'EVALUATION FORMATIVE
B (suite)	- Prise de décision d'achat du consommateur en situation de forte et faible implication.	- Expliquer, à l'aide d'exemples, la distinction entre un processus décisionnel à forte implication et à faible implication. - Préparer des études de cas sur l'achat de produits à forte implication et à faible implication.	- Prend des notes. - Résout l'étude de cas en équipe de deux.	- Évaluation du cas.
6. Décrire les éléments du concept de satisfaction	- Définition de la satisfaction. - Dimension de la satisfaction. Ex : bénéfices perçus, etc.	- Faire un exposé théorique sur la nature de la satisfaction. - Décrire les dimensions intrinsèques de la satisfaction.		
7. Décrire les différents types de comportement de non-satisfaction	- Identification des éléments de non-satisfaction : • sur le comportement, • sur le produit et sa commercialisation. - Réactions possibles : • inaction, • consultation, • plaintes, • pressions et menaces, • recours légal.	- Identifier avec les élèves les éléments de non-satisfaction chez les consommateurs après leurs achats. - Enumérer les conséquences qu'a sur le comportement du consommateur et sur le produit lui-même la non-satisfaction après l'achat. - Préparer un cas sur un produit qui n'a pas percé le marché, consécutivement à la non-satisfaction des consommateurs.	- Résout l'étude de cas.	- Évaluation du cas.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
C. Interpréter le comportement du consommateur après l'achat	- Processus de post-achat : • définition; • réduction des dissonances cognitives (doute, anxiété); • utilisation du produit; • processus d'évaluation. - Comportement ultérieur du consommateur : • rachat; • fidélité à une marque; • recommandation de la marque à l'entourage; • discrédit du produit.	- Décrire le processus post-achat avec explication des différentes composantes du processus. - Préparer une étude de cas d'un consommateur après son achat. - Retour sur le processus d'après-achat en soulignant : • l'effet sur le consommateur de la satisfaction et de la non-satisfaction d'un produit ou service; • les effets en regard du produit ou du service lui-même (rejet ou acceptation); • le degré d'implication qui sera applicable lors des achats subséquents.	- Recherche des arguments sur la satisfaction du consommateur après son achat dans l'étude de cas soumise. - Prend des notes.	- Évaluation individuelle de l'étude de cas.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ELEMENTS DE CONTENU	ELEMENTS DE STRATEGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITES D'APPRENTISSAGE	ACTIVITES D'EVALUATION FORMATIVE
8. Décrire les éléments d'influence du vendeur ou de la vendeuse par le truchement de la relation de vente et d'après-vente.	- L'influence de l'approche du vendeur ou de la vendeuse : • l'attention du client; • rétroaction du client; • l'intérêt du client. - Caractéristiques du client afin d'adopter une attitude convenable selon : • l'âge du client; • son tempérament; • les prédispositions du client; • le temps dont le client dispose. - L'influence du service et d'un suivi après la vente : • respect du client; • climat de confiance; • altruisme du vendeur ressenti par le client.	- Décrire l'approche initiale du vendeur auprès du client. - Décrire les attitudes à adopter par le vendeur ou la vendeuse. - Expliquer l'influence que peut avoir un vendeur sur le comportement du client.	- Prend des notes.	
D) Expliquer les notions d'influence entre le consommateur et le vendeur ou la vendeuse au moment de la prise de décision d'achat et après l'achat.	- Aspect affectif et cognitif de l'influence et de la satisfaction d'achat.	- Prépare des jeux de rôle, consommateur/vendeur.	- Participe au jeu de rôle. - Les élèves analysent les influences de chaque participant, en faisant référence à la théorie des besoins de Maslow.	

OBJETIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
9. Énumérer les éléments d'information pouvant être réunis comme soutien à l'évaluation des tendances du marché et de la clientèle	- Données statistiques fournies soit par : • le service des ventes; • le bureau de statistiques du Canada, le bureau de la statistique de Québec; • divers organismes tels les associations d'affaires, les associations de consommateurs et autres. - Étude de marché : • attitudes et besoins; • tendances du marché; • concurrence; • techniques : - sondage; - focus group; - etc. - Réactions des consommateurs sur : • le prix; • la qualité du produit ou du service; • le type de produit ou de service; • les désirs des consommateurs (nouveautés)	- Décrire les différentes sources d'information. - Décrire les techniques utilisées pour cerner un marché ou un besoin quelconque.	- Prend des notes. - Fait une recherche sur un produit quelconque et trouve toutes les sources d'information disponibles sur les tendances du marché par rapport à ce produit.	- Évaluation de la recherche.
10. Prendre conscience de l'importance d'établir un portrait type de la clientèle et du marché	- Importance de connaître la clientèle en regard des produits offerts son marché cible. - Moyens nécessaires pour connaître la clientèle : • mesure du marché;	- Expliquer pourquoi un produit doit correspondre à un certain portrait type de la clientèle. - Préparer un travail de recherche qui demandera aux étudiants d'élaborer un	- Prend des notes. - L'étudiant doit faire une recherche sur le portrait type du client correspondant.	- Évaluation de la recherche.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
E. Évaluer les tendances du marché à partir de la relation de vente et de la situation du marché	• prévision des attentes, • goûts de la clientèle. - Les caractéristiques du marché de la consommation. - Mesure du marché : • demande-offre, • potentiel du marché, • prévision des besoins - Système d'information de marketing - Les attentes de la clientèle identifiées lors de la relation de vente. - Les produits ou services correspondant aux attentes et aux besoins exprimés de différentes clientèles.	portant type d'une clientèle pour un produit choisi. - Décrire les principales caractéristiques d'un marché. - Décrire ce qu'est le marché de la consommation. - Décrire les différentes mesures que l'on utilise pour préciser l'offre et la demande en regard d'un marché potentiel ayant des besoins spécifiques. - Décrire différents systèmes d'information qui ont été développés pour cibler la demande. - Animer une table ronde avec le groupe. - Expliquer comment les attentes de la clientèle identifiées lors de la relation de vente peuvent servir dans la détermination des tendances du marché. - Décrire la relation existante entre certains produits et les besoins exprimés par une clientèle spécifique.	dant au produit choisi. - Prend des notes. - Prend des notes. - Prend des notes. - Discussion de groupe sur le sujet. - Les élèves doivent construire en groupe de 3 ou 4 un tableau de correspondance entre le comportement (attentes et besoins exprimés de différentes clientèles) et les produits	- Évaluation du travail.

ORIENTATIONS (1er et 2e niveaux)	ELEMENTS DE CONTENU	ELEMENTS DE STRATEGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITES D'APPRENTISSAGE	ACTIVITES D'EVALUATION FORMATIVE
E. (suite)		- Préparer une étude de cas sur l'évaluation des tendances du marché pour un produit et une clientèle définis. - Préparer un questionnaire de révision.	- et services correspondants. Résolution du cas en équipe de trois ou quatre.	- Questionnaire de révision.

Module : 4

Codes : CPD 184
458043

Titre : NOTIONS DE MARKETING

Durée : 45 h

Présentation du module

L'objectif de ce module est de familiariser l'élève avec les principes du marketing en fonction des commerces de détail de façon à faciliter sa compréhension du processus de mise en marché de produits dans un magasin.

Il est important de préciser que ce module demeure une introduction aux notions générales de marketing, et l'on devrait favoriser une approche pratique à l'aide d'exemples tirés du milieu commercial. Ce module est préalable aux modules 12 et 13 couvrant les notions de merchandising et d'étalages.

Stratégies d'enseignement ou activités d'apprentissage

À un niveau de la stratégie d'enseignement et d'apprentissage, ce module peut faire l'objet d'une approche individualisée tout en favorisant le travail d'équipe en ce qui concerne les projets ou les études de cas.

Évaluation formative

Le contenu du module fait référence à des notions théoriques, donc à une évaluation théorique. Toutefois pour faciliter l'intégration des notions théoriques à la réalité du milieu commercial, l'évaluation devrait être réalisée à partir d'études de cas simples.

Titre : NOTIONS DE MARKETING

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Définir le marketing	- Définition. - Rôle du marketing. - Étapes de l'évolution du marketing.	- Exposé théorique.	- Discussion et échange sur les différentes conceptions du marketing.	
2. Énumérer les fonctions du marketing.	- Fonctions du marketing : • anticiper la demande; • recherche et développement des produits; • organisation de la distribution publique; • communication du produit ou service : emballage, publicité, vente, promotion, relations publiques; • merchandising.	- Fait un exposé sommaire sur les fonctions du marketing et présente les interrelations entre le marketing versus le consommateur et l'entreprise.	- Prend des notes.	
3. Expliquer la fonction du marketing par rapport aux autres fonctions de la gestion d'une entreprise	- Par rapport : • finance, comptabilité; • production; • distribution; • personnel.	- Exposé avec exemples. - Présente des organigrammes de différentes entreprises.	- Identifie les fonctions à remplir dans le cadre d'un projet commercial.	
A. Expliquer les concepts de base du marketing	- Application des notions de marketing au regard d'un commerce de détail.	- Animer une plénière sur l'importance pour un commerce de se positionner et compléter les notions. - Préparer des cas simples.	- Recherche dans le milieu.	- Rédaction d'un rapport.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. Définir la notion de marketing mix.	- Définition du concept. - Les quatre variables du marketing mix.	- Fait un exposé sommaire sur les variables du marketing mix.	- Prend des notes.	
5. Définir l'extension du concept de produit.	- Produit. - Produit / service. - Service.	- Fait un exposé, utilise des schémas ou graphiques pour expliquer le cycle de vie d'un produit.		
6. Définir la notion de prix.	- Définition de la notion de prix : • valeur d'échange d'un produit. - Importance du prix dans le marketing mix.	- Exposé magistral.		
7. Définir les types de prix et leur utilisation.	- Coûtant. - De vente (ou vendant : coût plus marge). - Promotionnel. - Psychologique. - De prestige. - Institution. - Compétition.	- Exposé théorique. - Prépare des cas simples.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
8. Décrire les éléments de fixation des prix.	- Coût d'achat. - Marge bénéficiaire. - Frais fixe. - Clientèle visée. - Cycle de vie du produit. - Concurrence. - Promotion. - Rareté. - Durée de conservation. - Degré de pénétration.	- Exposé sur le rôle du marché et le rôle des coûts dans la formation d'un prix. - Discussion. - Présenter différents ratios de marges bénéficiaires de quelques catégories d'établissements de détail. (Re : Dun & Bradstreet, Canada). - Préparer des cas simples.	- Identifier les facteurs influençant le prix de produits de consommation courante. - Fixer les prix des produits d'un commerce fictif à partir des catalogues des grossistes, des marges, des bilans, etc. et comparer avec la concurrence.	
9. Distinguer entre promotion, publicité et relations publiques.	- Définitions. - Objectifs et buts. - Types d'activités. - Avantages et inconvénients.	- Exposé.	- Prendre des notes. - Comparer divers médias publicitaires.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
10. Décrire les types de distribution du manufacturier au consommateur.	- Circuit de distribution sans intermédiaire : • fabricant - utilisateur. - Circuit de distribution avec intermédiaire : • fabricant - détaillant - utilisateur; • fabricant - grossiste - utilisateur; • fabricant - grossiste - détaillant - utilisateur; • fabricant - agent - détaillant - utilisateur; • fabricant - agent - grossiste - détaillant - utilisateur.	- Présenter à l'aide d'actéates les différents types de circuits de distribution.	- Décrire le cheminement de produits locaux, de leur production à leur consommation. - Identifier les types de produits qui arrivent par certain type de réseau de distribution.	
11. Décrire le rôle des circuits de distribution.	- Coût de distribution de produit. - Avantages et inconvénients de différents types de réseaux. - Prédiction des ventes.	- Faire un exposé sur le rôle des principaux intermédiaires.	- S'informer auprès d'un grossiste ou autre intermédiaire des services que cette entreprise fournit aux détaillants.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
8 Expliquer les quatre composantes du marketing mix et leurs principaux éléments	- Produit : cycle de vie, caractéristiques, substitution, ligne de produit, produits et services complémentaires (crédit, transport, etc.) - Prix : fixation, types de prix, etc. - Promotion : publicité, contenu et qualité du message, image, etc. - Place : distribution effectuée par les fabricants localisés, etc.	- Faire un exposé synthétique. - Préparer des cas simples.	- Adapte les quatre variables du marketing mix par rapport aux réalités de divers types de commerce de détail.	- Correction des études de cas par l'enseignant ou l'enseignant.
12 Définir la concurrence	- En terme de : • produits; • prix; • promotion; • magasins.	- Exposé théorique et discussion. - Préparer des cas simples.	- Choisit un type de commerce et le compare à ses concurrents, selon le marketing mix.	
13 Définir les facteurs qui déterminent le choix de l'emplacement d'un commerce.	- Zonage (constructions futures, permis). - Accès (circulation, achalandage, stationnement). - Concurrence. - Bassin de population dimension et aspects qualitatifs et habitudes d'achat. - Disponibilité du site et coût d'aménagement. - Etc.	- Faire comprendre l'importance de l'emplacement sur les performances de l'entreprise.	- Recherche une localisation intéressante pour un commerce donné.	- Rapport.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
14. Définir ce que l'on entend par l'image d'un commerce.	- Facteurs généraux : • nombre d'années d'opération; • notoriété du magasin; • implantation géographique; • segment de marché visé. - Composantes physiques du magasin : • extérieur; • intérieur. - Aménagement. - Produits : • choix; • qualité; • utilisation de noms de marques. - Prix : • niveau de prix; • étendue; • comparaison avec les concurrents; • nombre de vente à rabais. - Personnel de vente : • connaissance des produits vendus; • attitude; • effectif; • apparence.	- Exposé. - Préparer des études de cas simples appliqués au contexte de différents commerces de détail. - Ex : faire relever les services rendus à la clientèle d'un commerce, etc.	- Dégager les éléments de l'image de marque de différents commerces, fait ressortir les forces et les faiblesses de cette image.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
14 (suite)	- Service à la clientèle : • nombre de services offerts; • niveau; • coût; • sensibilité aux besoins des consommateurs; • l'information. - Communication publicité et promotion : • choix des médias; • quantité; • contenu; • crédibilité.			
C Analyser une stratégie de marketing d'un commerce de détail	- Relations entre les principaux éléments d'une stratégie de mise en marché : • l'image du commerce; • la gamme de marchandises; • les services offerts; • la localisation; • les prix; • les marques des produits offerts; • les forces et les faiblesses.	- Intégrer l'ensemble des notions.	- Effectue une recherche individuelle ou en équipe afin d'identifier les éléments de la stratégie commerciale d'un commerce. Formule quelques suggestions pour l'adaptation du commerce.	

Module : 5

Codes : CPD 182

458023

Titre : LOIS ET RÈGLEMENTS RELATIFS AU
COMMERCE DE DÉTAIL

Durée : 45 h

Présentation du module

Ce module a pour but de permettre à l'élève de se familiariser avec les lois et règlements relatifs au commerce de détail. Quatre thèmes distincts sont abordés dans ce module :

- 1- Le droit du travail.
- 2- Les lois commerciales, la structure juridique et la taxation dans le commerce.
- 3- La loi de la protection du consommateur.
- 4- L'éthique professionnelle et la procédure à suivre dans le cas de vol à l'étalage.

À partir de mises en situation, l'élève pourra citer la loi concernée.

Les apprentissages pour l'élève se situent au niveau de la sensibilisation aux principes de droit régissant les droits et obligations des travailleurs ainsi que les principes du droit des affaires impliqués dans le cas précis du commerce de détail et particulièrement en ce qui concerne les transactions avec la clientèle.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Pour atteindre les objectifs de ce module, l'enseignant utilisera diverses méthodes pédagogiques telles que : le cours magistral, l'invitation d'un conférencier, la recherche à l'aide de documentation citée, la recherche d'articles de journaux ou de périodiques pertinents et vidéos. Les travaux de recherche et les études de cas peuvent se faire individuellement ou en équipe.

Évaluation formative

L'évaluation formative devrait vérifier la bonne compréhension de la loi étudiée et de l'application que l'on peut en faire dans des situations précises.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Énumérer les différentes lois concernant le droit du travail	- Loi sur les normes du travail. - Loi sur la santé et sécurité au travail. - Loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles. - Loi sur l'assurance-chômage. - La charte québécoise des droits et libertés de la personne.	- Faire un exposé théorique sur chaque loi.	- À l'aide de cas soumis par l'enseignant, l'élève identifie la loi : • faire une démarche personnelle pour trouver des articles concernant ces lois.	- Évaluation formative à l'aide des questions à développement.
2. Décrire certains éléments d'application courante reliés aux droits et aux responsabilités des travailleurs	- Loi sur les normes du travail : • salaire minimum; • le paiement du salaire; • durée de travail; • congés fériés; • vacances annuelles; • fin du contrat de travail; • congé maternité; • recours. - Loi sur la santé et sécurité au travail : • refus d'admettre un travail dangereux; • retrait préventif; • réaffectation; • réintégration.	- Présenter les notions de contenu se rattachant à chaque loi. - Inviter un conférencier des différents organismes. - Animer une discussion faisant ressortir les droits des travailleurs.	- Lit la documentation fournie par les ministères. - Discussion en groupe sur des cas vécus par des travailleurs.	- Questions ouvertes pour vérifier la compréhension de chaque loi.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
2. (suite)	- Loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles : • blessure, maladie, décès; • les maladies professionnelles. - Commission santé et sécurité au travail : • but de l'organisme. - Loi sur l'assurance-chômage : • cotisation; • admissibilité; • services offerts. - La charte québécoise des droits et libertés de la personne : • discrimination en emploi; • harcèlement.	- Faire ressortir les services offerts par l'assurance-chômage.	- Simulation d'une demande de prestation.	- Questions ouvertes sur les critères d'admissibilité et des services offerts par l'assurance-chômage.
A Appliquer les lois concernant le droit du travail	- Contrat individuel. - Lois du travail en vigueur. - Santé et sécurité au travail. - Recrutement de personnel.	- Faire une étude comparative des différentes lois. - Préparer différentes mises en situation pour l'évaluation de cet objectif.	- Analyser les cas présentés par l'enseignant. - Identifier le ou les préjudices subis par l'employé. - Simuler un contrat individuel de travail.	
3. Définir les principes généraux de la taxation sur les biens et services rattachés au commerce de détail	- Principe général de la taxation : • prélevement; • remboursement; • permis.	- Faire un exposé théorique sur le principe de taxation.	- Prend des notes.	- Questions ouvertes sur le principe de la taxation.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. Distinguer la taxation fédérale de la taxation provinciale	- Modalités de taxation : • provincial ; • taxe de vente ; • fédéral ; • TPS, • taxe d'accise, • douane.	- Présenter des simulations de vente et faire le calcul de taxation.	- Effectue les calculs de taxation sur la vente de produit ou de service.	
5. Expliquer la loi sur la langue d'affichage	- Articles de la loi 101 : • raison sociale ; • langue d'affichage ; • étiquetage ; • texte de garantie ; • publicité.	- Faire un exposé des articles de la loi 101.	- Compare différents affichages, texte publicitaire. - Relève en équipe une liste de commerces non conformes aux normes de la loi sur l'affichage.	
B Appliquer les lois commerciales relatives au commerce de détail	- Formes juridiques de l'entreprise. - Caractéristiques et avantages.	- Présenter les formes juridiques d'entreprise. - Faire ressortir les avantages et les inconvénients de chaque structure.	- Prend des notes. - Pour chaque structure dresse un tableau comparatif des avantages et inconvénients. - Compare la responsabilité de chaque forme.	- Identifier la forme la plus appropriée.
6. Nommer les types de contrat utilisés dans la vente de détail	- Contrat de louage. - Contrat de vente. - Contrat à distance. - Contrat assorti d'un crédit. - Contrat de vente à tempérament.	- Établir la différence entre les différents contrats.	- Simuler l'achat de biens ou de services nécessitant un des types de contrat.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
7. Expliquer les principales actions relatives au con- trat	- Règles de validité d'un con- trat. - Règles de formation pour le contrat écrit. - Dispositions relatives à cer- tains contrats. - Obligations du vendeur. - Obligations de l'acheteur.	- Analyser les règles de for- mation des contrats écrits.	- Remplit des formulaires de contrat de vente ou de louage.	- Questions sur les règles de formation des contrats.
8. Définir les différentes politiques d'entreprise	- Service après-vente. - Retour de marchandise. - Garantie. - Différentes applications.	- Analyser les politiques de service après-vente.	- Trouve, en groupe, parmi plusieurs entreprises, diffé- rentes politiques de service après-vente. - Compare diverses garan- ties. - Simule des retours de mar- chandises et appliquer le processus du service après- vente.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
C Appliquer la Loi sur la protection du consommateur	- Incidence de la loi sur : • publicité; • crédit; • étiquetage; • contrats.	- Présenter la loi et son application. - Inviter un conférencier de l'Office de la protection du consommateur. - Présenter une recherche. - Présenter des études de cas.	- Prend des notes. - Fait une recherche à l'aide de la documentation de l'Office de protection du consommateur. - Relève dans la documentation les différentes pratiques illégales. - Relève dans les différents médias appropriés les articles de publicité non conformes à la loi. - Compare différents taux de crédit. - A l'aide de cas, relève les pratiques illégales en matière d'étiquetage : • indication du prix de vente; • fausse représentation.	- Questions ouvertes sur les possibilités de vol par la clientèle et le personnel de vente.
9. Distinguer le vol interne du vol à l'étalage	- Vol interne. - Vol à l'étalage.	- Faire un exposé et présenter de la documentation.	- Prend des notes.	
10. Décrire les pratiques malhonnêtes qui sont le fait de la clientèle et du personnel de vente	- Vol à l'étalage : • falsification d'étiquetage; • vol dans les salles d'essayage. - Vol interne : • en espèces; • en marchandises.	- Dans un exposé informel décrit toutes les possibilités de vol par la clientèle et par le personnel de vente.	- Fait une recherche en équipe de 2 à 3, sur le vol. - Compare en grand groupe le résultat de la recherche sur les pratiques de vol interne et de vol à l'étalage.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
11. Décrire les moyens de surveillance utilisés dans un commerce pour prévenir le vol à l'étalage	- Mesures sécuritaires. - Procédures de contrôle des espèces, des employés. - Sécurité physique du bâtiment.	- Identifier les moyens de surveillance utilisés dans un commerce pour prévenir le vol à l'étalage.	- Faire une observation dans différents commerces, sur les moyens de surveillance utilisés pour prévenir le vol à l'étalage.	- Questions sur les moyens de surveillance utilisés dans le commerce.
12. Saisir l'importance de s'employer personnellement à enrayer le vol à l'étalage	- Respect de la propriété d'autrui. - Coût des pertes en cas de vol. - Vigilance de l'employé.	- Faire prendre conscience du coût lié au vol.	- Énumérer des attitudes qui prouvent l'intérêt de l'employé à enrayer le vol à l'étalage.	
D Appliquer la procédure à suivre dans des situations de vol à l'étalage	- Procédure usuelle. - Intervention appropriée. - Normes de sécurité en situation de vol. - Éthique professionnelle : • propriété matérielle ; • équipement, • fournitures.	- Inviter un préposé à la sécurité d'un grand magasin. - Présenter un exposé sur la procédure à suivre en cas de vol. - Sensibiliser l'élève au respect de la propriété de l'employeur.	- Simuler différents types d'intervention. - Énumérer les points à retenir lors d'une arrestation. - Dresser une liste des principales règles d'éthique propre au commerce de détail. - Trouver des exemples de contravention au respect de la propriété de l'employeur.	

Module : 6

Codes : CPD 186

Titre : VENTE DE PRODUITS ET SERVICES

456068
Durée : 120 h

Présentation du module

Ce module a pour fonction de permettre à l'élève d'acquérir une vision globale des diverses techniques de vente de produits et services en commerce de détail. On y indique toutes les notions du respect des principes et des techniques de vente, on y intègre également le respect des règles de l'éthique professionnelle. Les apprentissages de ce module ont pour but de permettre une application appropriée des techniques de communication verbale et non verbale et d'améliorer chez l'élève la qualité de l'écoute. L'étudiant ayant acquis la formation pertinente aux modules précédents en regard de la communication, du comportement du consommateur et des lois et règlements relatifs au commerce de détail sera en mesure à l'aide de ce module de répondre efficacement aux diverses méthodes de vente proposées.

L'élève se familiarise tout d'abord avec l'importance de la communication dans le domaine de la vente. Il doit prendre conscience des qualités essentielles inhérentes au personnel de vente et de l'importance de l'attitude positive et de l'image gagnante à refléter. Ensuite, on y aborde les différentes relations entre clients, produits et besoins et l'importance d'une bonne connaissance des produits et services offerts. L'élève par la suite sera incité à présenter des arguments de vente par une bonne perception des désirs et besoins du client. Il apprendra à réfuter positivement les objections, à conclure la vente, à offrir un produit ou un service complémentaire ou supplémentaire. Il fera l'étude de l'efficacité de la prospection et de la fidélisation de la clientèle. Dans un dernier temps, il sera question de la communication téléphonique et son importance au niveau du commerce de détail.

Conditions d'apprentissage

Dans le but de rendre significatives les activités d'apprentissage prévues au module, l'enseignante ou l'enseignant aura avantage à utiliser abondamment l'audiovisuel (vidéo, films). Les mises en situation et les jeux de rôle doivent également être généreusement utilisés puisqu'ils permettent une meilleure assimilation de la théorie. L'enseignante ou l'enseignant devra fournir des scénarios de vente.

Évaluation formative

L'évaluation formative sera axée sur l'habileté et l'originalité dont fera preuve l'étudiant dans sa compétence à vendre des produits et services. Il devra être évalué selon sa rapidité à identifier les attentes et les besoins du client, la pertinence des réponses aux objections émises et sa façon de conclure la vente durant les jeux de rôle ou les mises en situation.

Titre : VENTE DE PRODUITS ET SERVICES

Durée : 120 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Définir la vente et le concept de « vendre une idée »	- Historique de la vente. - Objectifs humains, économiques de la vente. - Psychologie du consommateur. - Principe de l'offre et de la demande.	- Présenter un exposé sur les objectifs de la vente et son importance dans la vie économique. - Préparer une liste de divers produits. - Exposé sur le principe de l'offre et de la demande.	- Identifier les besoins auxquels répondent différents produits ou services. - Identifier les « idées » sous-jacentes à différents produits mis en marché.	
2. Saisir l'importance du rôle du personnel de vente dans l'entreprise	- Impact du personnel de vente au niveau de la clientèle. - Sentiment d'appartenance à l'entreprise.	- Inviter un conférencier. - Faire un exposé sur l'impact du personnel de vente au niveau de la clientèle. - Préparer un questionnaire sur les différentes facettes du sentiment d'appartenance à l'entreprise.	- Préparer des questions pour le conférencier.	- Résumé écrit sur l'importance du personnel de vente dans l'entreprise.
3. Énumérer les connaissances préalables que doit posséder le vendeur ou la vendeuse au sujet de l'entreprise	- Attentes de l'entreprise. - Types de produits. - Prix. - Pratiques publicitaires. - Règles d'un bon service à la clientèle.	- Énumérer ce que doit connaître le vendeur au sujet de l'entreprise.	- En équipe, effectuer une recherche auprès d'une entreprise au niveau de ses attentes, de ses types de produits et des types de vendeurs. - Présenter oralement la recherche.	- Correction du travail des équipes par l'enseignant ou l'enseignant.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. Définir les différentes méthodes de la vente	- Vente simulée. - Vente suggérée. - Vente directe. - Vente sous pression. - Vente par téléphone. - Vente complémentaire.	- Faire un exposé sur les caractéristiques de chacun des types de vente. - Présenter des vidéos. - Préparer des jeux de rôle.	- Prend des notes. - Identifie le type de vente et ses caractéristiques lors de projections magnéto-soniques. - Participe à divers jeux de rôle.	
5. Énumérer les qualités que doit posséder un vendeur et une vendeuse	- Les qualités d'ordre : • physique; • intellectuelle; • affective; • sociale; • professionnelle.	- Inviter un conférencier du service du personnel d'une entreprise. - Animer une discussion. Les étudiants s'expriment sur les qualités qu'ils ont observé en tant que consommateur.	- Enquête auprès des employeurs afin d'identifier les qualités recherchées chez le personnel de vente. - Enquête auprès de son entourage afin d'identifier les qualités qu'il espère retrouver chez le personnel de vente. - Réaliser le portrait type d'un vendeur ou d'une vendeuse. - Participer à une discussion de groupe.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
6. Développer le souci d'une attitude positive et professionnelle	- Notion de l'image gagnante. - L'attitude professionnelle. - Apparence extérieure en fonction du type de produits ou services. - L'importance de l'enthousiasme.	- Dresser un profil de l'image gagnante. - Insister sur l'importance du professionnalisme en vente. - Simuler une vente avec ou sans enthousiasme.	- Discussion de groupe.	
7. Reconnaître les différents comportements des consommateurs ou des consommatrices	- Psychologie du consommateur actuel. - Types de clients : • impubif; • calculateur; • curieux; • etc. - Réf. : module 3.	- Faire un exposé magistral sur l'évolution du consommateur actuel. - Faire prendre conscience de l'importance de percevoir rapidement le type de client ou de cliente que l'on a en face de soi afin d'y adapter son comportement. - Visionner des cassettes-vidéo.	- Caractériser la clientèle de différents magasins et identifier différents comportements. - Identifier le type auquel appartient le client ou la cliente et essayer de prévoir son comportement.	
8. Décrire les techniques d'accueil applicables à la vente	- Les trois formules d'accueil : • bienvenue; • service; • produit - et leurs utilisations selon la situation de vente. - L'importance de l'originalité.	- Expliquer les principales formules d'accueil et comment les mettre en pratique selon la situation. - Visionner des vidéos et discussion en équipe.	- Les élèves doivent identifier de façon individuelle la formule la plus souvent utilisée dans différents magasins, la noter sur une fiche et en faire l'analyse.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
9. Acquérir une attitude d'écoute et d'observation de la clientèle	- L'importance du service personnalisé. - L'impact important de préjugés lors de la vente. - L'impact des comportements verbaux et non verbaux lors de l'établissement d'une relation de vente.	- Identifier les éléments d'interaction entre le client et le vendeur qui favorise ou défavorise le climat de vente.		
A Accueillir les clients et les clientes	- Présentation physique. - Préparation mentale : • attitude positive. - Respect des règles de courtoisie. - Pertinence du moment et de la façon de faire pour entretenir une relation de vente avec les clients.	- Montrer l'interdépendance de tous les objectifs de second niveau pour établir la confiance entre le vendeur et le client. - Insister sur le fait de faire preuve d'originalité en personnalisant ses techniques d'accueil. - Préparer des mises en situation. - Préparer une grille d'évaluation pour l'accueil.	- Applique la technique d'accueil demandée lors d'une simulation. - Choisit et applique une technique d'accueil dans une situation donnée.	- Durant tout le cours, il y aura l'auto-évaluation et l'évaluation par le groupe des jeux de rôle en tenant compte des critères d'évaluation de l'enseignant ou de l'enseignant.
10. Décrire les principales catégories de biens et services mis en marché dans le commerce de détail	- Biens de consommation. - Biens durables. - Services personnels.	- Faire un exposé magistral sur les principales catégories de biens et services mis en marché dans le commerce de détail.	- Les élèves doivent identifier les produits qui appartiennent au biens de consommation, aux biens durables et identifier les services personnels offerts par divers professionnels et diverses entreprises.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
11. Énumérer les différentes sources d'information disponibles pour connaître un produit ou un service vendu en entreprise	- Documentation provenant du service des ventes. - Documentation gouvernementale et organismes publics. - Documentation provenant d'associations de consommateurs. - Dépliants publicitaires. - Etc.	- Décrire et détailler les différentes sources d'information disponibles pour connaître les biens et services offerts par les entreprises. - Expliquer l'importance de se monter une banque d'information sur différents produits et services. - Faire prendre conscience aux élèves de la nécessité de tenir à jour sa connaissance des produits et services.	- À partir d'une liste de produits, utilise les sources d'information disponibles pour monter une fiche descriptive d'un produit.	
12. Établir une relation entre les besoins de la clientèle et un produit ou service vendu	- Identifier les besoins par une écoute active. - Suggérer. - Résumer ce qui est compris.	- Préciser l'importance de percevoir les attitudes du client et ses réactions (faire preuve d'empathie).	- Jeux de rôle : devant des observateurs critiques, accueille et identifie les besoins du client.	
13. Décrire les éléments de la formule A.I.D.A.	- Attention. - Intérêt. - Désir. - Action.	- Expliquer la formule A.I.D.A. et en justifier l'importance. - Prendre note que la formule peut être appliquée ailleurs que dans la vente (i.e. l'étalage, la publicité, etc.).	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
B Établir une relation de vente avec un client ou une cliente.	- Communication : • claire, précise; • incitative. - Écoute attentive. - Perception des besoins du client. - Utilisation d'une approche pertinente selon le client. - Choix du produit ou du service à présenter au client.	- Exposer l'importance d'une communication claire et précise. - Insister sur l'importance d'avoir efficacement déterminé les désirs et besoins du client pour bien offrir le produit pertinent. - Préparer des mises en situation.	- Participe aux mises en situation et joue de rôle.	
14. Percevoir les signes d'achat verbaux et non verbaux	- Importance de reconnaître le climat d'achat. - Observation efficace de la clientèle pour une rapidité de réaction : • langage corporel; • impatience; • intérêt.	- Décrire les divers signes observables verbaux et non verbaux du client.	- L'élève doit dresser une liste des principaux signes d'achat verbaux et non-verbaux lors d'une vente et comment y réagit.	
C Présenter des arguments de vente	- Choix pertinent des arguments de vente à l'aide d'une bonne connaissance des caractéristiques des produits, de leurs avantages et des bénéfices qu'ils apportent au client.	- Expliquer la différence entre les caractéristiques, les avantages et les bénéfices d'un produit. Ex : • caractéristiques : description, comment le produit est fait; • avantages : ce par quoi il est supérieur; • bénéfices : satisfaction procurée par le produit. - Préparer des études de cas.	- À partir d'une liste de produits énumérer les caractéristiques, les avantages et les bénéfices d'un produit. - Prépare différents arguments pour un même produit selon les besoins de divers clients.	- Questionnaire sur le choix des arguments de vente en tenant compte des caractéristiques des produits, des avantages et des bénéfices correspondants.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
15. Décrire les principaux motifs d'objection à l'achat	- Objection quant à la : • marchandise; • au prix; • au moment d'acheter.	- Expliquer les différents types d'objection soulevés par le client lors d'un achat.	- Identifier les principales objections pouvant être soulevées par un client.	
16. Décrire les principaux arguments de réponse aux objections du client ou de la cliente;	- Stratégies de disposition des objections : • anticiper les objections; • comprendre les objections; • choisir le moment pour considérer les objections; • contrecarrer les objections; • ne pas discuter avec le client. - Façons de disposer des objections : • par négation directe; • par négation indirecte; • par des questions; • en faisant ressortir un bénéfice supérieur; • par la présentation.	- Illustrer avec des exemples les différentes notions.	- Prendre des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
D. Présenter des réponses aux objections	- Percevoir une objection positivement. - Répondre aux objections : • en donnant davantage d'information sur le produit; • en donnant le rapport qualité/prix justifiant une objection quant au prix; • en donnant les avantages d'acheter maintenant. - Provoquer des objections en posant des questions.	- Considérer l'objection comme une occasion de donner davantage d'information au client donc une consolidation de la relation de vente. - Expliquer la façon de répondre positivement à l'objection. - Présenter des mises en situation pour amener l'élève à contrôler les objections. - Présenter un vidéo. - Préparer des études de cas portant sur la perception et la définition juste des objections.	- Participer aux mises en situation : • réfuter les objections selon leur origine.	- Évaluation de la pertinence des réponses aux objections.
E. Conclure une vente	- Reconnaissance des signes d'achat verbaux et non verbaux : • commentaires du client sur la marchandise; • questions du client sur la marchandise; • comportements du client.	- Faire un exposé sur le moment de conclure une vente à l'aide d'exemples ou d'études de cas. - Présenter des vidéos.	- Prendre des notes. - Identifier le moment de conclure une vente et la technique à utiliser. - Participer aux jeux de rôle et résoudre des situations où le vendeur ne parvient pas à fermer la vente.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
E. (suite)	- Description des techniques pour conclure une vente : • technique de la question direct; • techniques des questions alternatives; • techniques du «si»; • etc. - Technique pour conclure une non-vente positivement. - Évaluation du moment pour conclure la vente : • après avoir fait valoir une caractéristique particulière de la marchandise; • après la présentation de la marchandise par le vendeur ou après qu'elle a été manipulée par le client. • après avoir résumé les bénéfices de la marchandise; • après avoir surmonté une objection; • etc.	- Préparer des scénarios.	- Pratiquer les jeux de rôle.	- Visuellement pris par caméra-védo des jeux de rôle faits par l'élève et évaluation.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
17. Distinguer les produits et services complémentaires des produits et services supplémentaires	- Produits et services complémentaires : • connexes à la vente de base; • perception des besoins complémentaires du client. - Services supplémentaires : • emballage, livraison; • garantie et crédit; • entretien, réparations; • etc.	- Décrire les différences entre les services complémentaires et supplémentaires. - Décrire le moment opportun d'offrir des services et produits complémentaires et supplémentaires.	- À partir d'une liste de produits l'élève doit identifier les produits et services complémentaires et supplémentaires possibles.	- Correction du travail en groupe.
18. Prendre conscience de l'importance des motifs d'achat autres que les caractéristiques même du produit ou du service vendu	- Les avantages qu'ils apportent aux clients ou aux clients.	- Fait un exposé sur les motifs d'achat autres que les caractéristiques du produit ou du service vendu. - Fait un exposé sur l'importance de bien détecter ces motifs de façon à offrir efficacement les avantages à l'achat de produit ou service additionnel.	- Trouve lors d'une mise en situation, les motifs d'achat autres que les caractéristiques ou services vendus.	
F Proposer les produits et services complémentaires et supplémentaires	- Vente suggérée de produits ou services complémentaires ou supplémentaires.	- Faire percevoir les besoins complémentaires du client ou de la cliente. - Exposé sur l'importance d'offrir des produits ou des services complémentaires pour ajouter à la satisfaction du client.	- Fait les jeux de rôle et les mises en situation basés sur les scénarios produits par l'enseignant ou l'enseignante.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
19. Prendre conscience de l'importance d'établir un suivi auprès du client ou de la clientèle	- Importance de garder un suivi auprès du client ou de la clientèle. - Le potentiel d'éventuels achats en fidélisant la clientèle.	- Exposé sur la fidélité de la clientèle à l'aide du contact après vente. - Exposé sur la valorisation pour le client et pour le vendeur, du contact après-vente. - Inviter un directeur des ventes pour expliquer l'importance du contact après la vente.	- Prend des notes. - Discussion de groupe. - Prépare des questions au conférencier.	
20. Décrire le type de renseignements pouvant être recueillis comme soutien aux techniques de fidélisation et de prospection	- Profil de la clientèle. - Besoins formels. - Fréquence des visites et d'achat. - Satisfaction des clients. - Recherche d'éventuels clients sur la base du profil des clients actuels.	- Exposé sur l'importance d'aller chercher le maximum d'information en vue de la fidélisation ou de la prospection de la clientèle.	- Prend des notes. - Discussion de groupe.	
21. Rédiger des fiches-clients	- Contenu d'une fiche-client.	- Expliquer le contenu d'une fiche avec les informations minimales qu'elle doit contenir et son classement.	- Les élèves doivent rédiger des fiches-clients.	
22. Mettre à jour un fichier-client	- Techniques de mise à jour d'un fichier-client.	- Expliquer la façon de garder efficacement à jour un fichier-client.	- Cherche des exemples de fichier-client auprès d'entreprises existantes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
G Établir une relation après-vente	- Choisir approprié d'une technique de fidélisation ou de prospection en fonction du client ou de la clientèle et du type de produit ou service offert. - Maintenir une bonne qualité du fichier-client et de l'information recueillie.	- Démontrer l'importance du suivi et de la relance auprès de la clientèle. - Discuter sur la rentabilité du fichier-client.	- Faire l'évaluation auprès d'entreprises, du succès des techniques de fidélisation ou de prospection utilisées. - Discussion de groupe.	
23 Prendre conscience que chaque appel représente une vente potentielle	- Importance des communications téléphoniques pour le commerce de détail. - Statistiques concernant le téléphone comme outil de vente.	- Exposé sur l'importance du contact téléphonique et du potentiel d'achat qu'il représente pour le commerce de détail. - Présente un vidéo.	- Les élèves expriment leurs expériences personnelles au sujet d'un appel qu'ils ont fait à un commerce quelconque avec l'intention d'acheter.	
24 Utiliser l'équipement téléphonique	- Diversité des appareils téléphoniques que l'on retrouve pour des fins commerciales : • description physique, • études des avantages des touches particulières.	- Présenter divers types d'appareils téléphoniques. - Exposé sur l'importance de bien effectuer un renvoi d'appel ou une mise en attente. - Inviter un représentant de Bell Canada.	- Prend des notes. - Lit les brochures sur le sujet. - Prépare des questions pour le conférencier.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
H Établir une relation de vente au téléphone	- Formules de politesse. - Terminologie appropriée : • élocution appropriée (articulation, débit, ton, volume de la voix); • comportement (rapidité à répondre, façon de répondre, courtoisie, discrétion, amabilité, intérêt); • formulation de questions. - Utilisation des techniques de vente au téléphone. - Prise de notes succinctes des messages reçus. - Suivi des messages reçus et des demandes de renseignements.	- Présenter un exposé sur les comportements appropriés dans les communications téléphoniques : importance de répondre rapidement, etc. - Poser les bonnes questions, etc. - Préparer plusieurs jeux de rôle au téléphone.	- Prend des notes. - Simule des appels téléphoniques. - Pratique les jeux de rôle au téléphone.	- Simulations d'appels téléphoniques à caractère commercial. - Évaluation et auto-évaluation de leur performance.

Module : 7

Codes : CPD 187
458075

Titre : AMORCE DE LA VENTE EN ENTREPRISE

Durée : 75 h

Présentation du module

Ce module se veut une amorce à la pratique de la vente dans un commerce. L'expérimentation du stage viendra compléter la formation en milieu scolaire et permettra aux élèves de travailler en situation réelle. Il permettra au stagiaire d'appréhender la connaissance pratique de produits, de clientèles et de magasins.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Il est prévu que ce premier stage se déroule sur une période de trois semaines, comprenant les préparatifs au stage, l'observation, la réalisation des ventes en entreprise ainsi que le retour en classe pour l'évaluation de l'expérience vécue et la rédaction du rapport de stage.

Les conditions d'encadrement précisées dans le programme d'études peuvent servir de référence à l'organisation d'un tel module, l'enseignante ou l'enseignant devra concevoir les documents d'accompagnement nécessaire à la réalisation des trois phases.

Pour faciliter l'articulation de ce stage, à la phase 1, soit la préparation au séjour en milieu de travail, on devra prévoir du temps pour les entrevues de sélection et l'élève pourra, à l'aide d'une banque d'information sur différentes entreprises, choisir une entreprise en fonction de ses goûts et intérêts.

À la phase 2, soit la participation à la vente de produits ou de services, l'élève observe le contexte de travail, les méthodes de travail, se familiarise avec les produits vendus et participe à la réalisation des ventes.

L'enseignant ou l'enseignante doit planifier le suivi des stagiaires auprès des entreprises.

À la phase 3, soit l'évaluation de l'expérience vécue, l'élève fait un rapport sur les observations et ses réalisations en milieu de travail et exprime, lors d'une rencontre de groupe, son vécu en milieu de stage.

L'enseignant ou l'enseignante devra être particulièrement attentif aux commentaires exprimés afin de déceler des situations à éviter ou des points à considérer lors de l'organisation du deuxième stage.

Évaluation formative

L'évaluation se base sur la participation de l'élève à chaque phase ainsi que sur le rapport de stage selon des critères pré-déterminés.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Décrire ses intérêts, ses attentes ou ses appréhensions au regard du stage	- Intérêts personnels et professionnels. - Appréhensions habituelles : • peur; • non connaissance du milieu; • non connaissance des personnes; • etc.			
2. Décrire les phases préalables à une entrevue de sélection pour le stage	- Préparation concernant sa présentation personnelle. - Préparation aux questions d'entrevues. - Simulation d'entrevues.	- Préparer l'élève à la première rencontre avec le responsable de stage en entreprise en précisant les points suivants : • comportement lors de l'entrevue; • déroulement de l'entrevue; • tenue vestimentaire.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Activités de la phase 1 : Préparation au séjour en milieu de travail Prendre connaissance des informations et des mo- dalités relatives au stage	- Objectifs du stage. - Durée. - Conditions d'encadrement. - Critères de participation. - Rapport de stage.	- Préparer une rencontre de groupe relativement à la présentation de la politique des stages de l'école (prouvoix d'entente tripartite : employeur, école, stagiaire). - Présenter à l'élève les éléments d'un rapport faisant état de ses observations. - Préparer un document d'information à remettre au responsable de stage en entreprise qui pourrait traiter des points suivants : • durée du stage; • horaire du stagiaire; • stage non rémunéré; • assurance responsabilité; • liste des cours dispensés à date dans la formation; • rôle du responsable en entreprise; • évaluation du stagiaire; • rôle du superviseur du stagiaire.	- Participer et s'informer sur les politiques, lois et règlements relatifs au stage en milieu de travail.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Se fixer des critères de sélection des entreprises	- Établissement de critères relatifs : • au type d'entreprise; • à la gamme de produits; • à la grosseur de l'entreprise; • à la localisation de l'entreprise; • etc.	- Préparer une grille de consanguinité pour la sélection des entreprises.	- Chaque élève choisit le secteur, le type d'entreprise, etc. qu'il privilégie pour effectuer son stage.	
Répertorier des entreprises susceptibles de recevoir des stagiaires	- Consultation de sources diverses telles que : • centre d'emploi; • annuaires classés; • contacts personnels; • enseignants ou enseignants.	- Préparer un formulaire pour chaque entreprise intéressée à recevoir un stagiaire.	- Identifie par ordre de priorité des lieux de stage possibles.	- L'élève présente la liste des endroits possibles de stage à l'enseignante ou à l'enseignant.
Effectuer les démarches pour être accepté par l'entreprise choisie	- Établissement du contact avec l'entreprise : • par lettre; • par téléphone; • par une visite.	- Suggérer différentes démarches personnelles pour entrer en contact avec l'employeur. - Organiser une table ronde où chaque élève émet ses commentaires sur le déroulement de ses démarches pour obtenir une place de stagiaire.	- Effectue des démarches personnelles pour être accepté comme stagiaire dans une entreprise.	- L'enseignante ou l'enseignant complète une grille de participation pour chaque élève.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Fin des activités de la phase 1				
3. Repérer les principales sources d'informations disponibles relativement aux produits ou aux services vendus	- Documentation écrite fournie par la compagnie : • catalogue; • dépliant publicitaire; • document technique. - Informations verbales : • entraînement; • explications, etc. - Politiques et règles propres à l'entreprise.			
4. S'informer des mesures à adopter relativement à la sécurité				
5. Expliquer l'expression «avoir l'esprit marchand»	- Sentiment d'appartenance à l'entreprise. - Attitude entrepreneuriale.			
6. Rappeler les règles de l'éthique qui s'appliquent à l'exercice du métier	- Comportements et attitudes professionnels : • respect du bien d'autrui; • sens des responsabilités; • etc.			
Activités de la phase 2 : Participations à la vente de produits ou de services				

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Observer le contexte de travail	- Structure opérationnelle de l'entreprise. - Fonctions du personnel. - Conditions de travail. - Orientations de l'entreprise.	- Préparer un questionnaire portant sur le contexte de travail.	- Observation dans le milieu du stage.	
Établir un premier contact avec le personnel de l'équipe de vente	- Relations avec : • l'employeur; • gérants; • collègues.			
Prendre connaissance des produits ou services proposés	- Informations diverses : • types de produits vendus; • caractéristiques des produits ; composants, conditions d'usage, etc.			
Prendre connaissance de la stratégie de marketing de l'entreprise	- Positionnement par rapport à la concurrence : • type de clientèle; • assortiment; • gammes de prix; • etc.			

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
(Observer et mettre en application le processus de vente et les techniques de vente) Fin des activités de la phase 2 7. Déterminer la forme que prendra le compte rendu du stage 8. Énumérer les critères liés à une auto-évaluation	- Accueil des clients. - Définition des besoins du client. - Présentation de la marchandise. - Choix des arguments de vente appropriés au client. - Réponses aux objections. - Conclusion de la vente. - Rapport personnel. - Rencontre de groupe. - Goûts. - Aptitudes. - Attitudes. - Application au travail. - Performances attendues. - etc.	- Proposer une grille d'auto-évaluation.	- Participe aux activités de vente. - L'élève prend connaissance des critères et peut en proposer d'autres.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Activités de la phase 3 : Évaluation de l'expérience vécue Faire un rapport sur les observations du métier et sur les aspects de son travail à améliorer au cours de son prochain stage	- Rapport de stage. - Appréciation du stage par le stagiaire.	- Préparer un rapport d'évaluation à compléter par le stagiaire qui peut porter sur les points suivants : • expérience enrichissante; • contact avec le personnel de l'entreprise; • contact avec la clientèle; • etc. - Fournir une grille d'évaluation du stagiaire au responsable de stage en entreprise. - Discuter avec l'élève de l'évaluation de l'employeur et de son auto-évaluation.	- Complète son rapport de stage en se référant à son journal de bord. - Complète le rapport d'auto-évaluation du stage.	- L'enseignant rencontre le responsable de stage pour discuter de l'évaluation du stagiaire. - Voici quelques critères d'évaluation : • tenue vestimentaire; • assiduité; • ponctualité; • attitudes du stagiaire; • application au travail; • etc.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Participer à une rencontre de groupe afin de discuter de son adaptation à l'entreprise et de ses contacts avec la clientèle Fin des activités de la phase 3	- Perception du milieu avant et après le stage : milieu de travail, pratiques professionnelles.	- Organiser une rencontre de groupe sous forme de table ronde.	- Chaque élève raconte son expérience de stage.	- Présentation de son expérience en stage.

Module : 8

Codes : CPD 188

458083

Titre : PRÉPARATION D'UN DOSSIER-PRODUIT

Durée : 45 h

Présentation du module

Ce module a pour fonction de permettre à l'élève d'acquérir l'habileté nécessaire pour bâtir des fiches techniques d'une variété de produits. Il est un complément au module 6 «Vente de produits et services» et permet d'approfondir l'étude d'un groupe de produits apparentés.

Les notions de marque, de modèle devraient être abordés afin que l'élève puisse analyser un type de produit fabriqué par plusieurs compagnies. Il a été conçu pour permettre à l'élève de se familiariser avec toutes les composantes d'une fiche-produit et lui permettre de faire l'étude d'un type de produit donné.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Afin de rendre plus significatives les activités d'apprentissage, nous croyons que l'enseignante ou l'enseignant devrait utiliser abondamment les catalogues, dépliants, circulaires, notes qui accompagnent souvent les produits, les instructions sur les emballages, les articles dans les revues spécialisées ainsi que les différentes analyses présentées dans des revues de consommateurs.

Les fiches-produits réalisées par chacun des élèves pourraient être classifiées et disponibles en tout temps pour consultation.

Évaluation formative

L'évaluation formative devrait être axée sur une compréhension juste des différents éléments qui constituent le dossier-produit et sur ce qui est nécessaire pour conseiller le client d'une manière efficace. Nous vous référons aux critères spécifiques de l'objectif de premier niveau.

Remarque : Un modèle de fiche-produit est soumis en annexe 1, il appartient à l'enseignant ou l'enseignante de l'adapter à ses besoins.

Module no : 8

Codes : 45063 / CPD 188

Titre : PRÉPARATION D'UN DOSSIER-PRODUIT

Durée : 45 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Définir ce qu'est un produit	- Aspect matériel du produit : • point de vue technique : - composition, - dimensions, - consommation, - performance, etc; • point de vue commercial : - prix, - délai de livraison, - conditions de vente, - utilisation et entretien. - Aspect immatériel du produit : • avantages; • image de marque; • service attendu; • valorisation de soi-même, etc. - Produit tangible. - Produit intangible. Réf. : modules 3, 4 et 6	- À l'aide de catalogues, dépliants, feuillets d'information, l'enseignant ou l'enseignante explique les aspects matériels de certains produits. - Présenter les avantages liés à différents produits en conformité avec les besoins des individus. - Faire la distinction entre produit tangible et produit intangible.	- Compare dans un tableau, les aspects matériels d'une série de produits. - Revêt la notion des besoins selon Maslow et dresse un tableau de produits susceptibles de répondre à chacun des besoins. - À partir d'une liste de produits donnés, faire classer sur 2 colonnes les produits tangibles et intangibles.	

Vente

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
2. Reconnaître des critères de classification de produit	- Selon différentes caractéristiques : • catégories de produits; • ligne de produits; • gamme de produits. Réf. : modules 4 et 6	- Expliquer, à l'aide d'exemples, les différentes méthodes de classification de produits.	- Prend des notes. - Fait un travail de recherche en équipe afin de décrire la gamme de produits offerte par une compagnie donnée.	
3. Reconnaître pour un type de produit donné les circuits de vente	- Réseau de distribution des biens de consommation : • producteur; • intermédiaires; • grands magasins; • magasins de rabais; • magasins spécialisés; • dépanneurs; • pharmacies; • marché d'alimentation; • commandes postales; • distributeurs automatisés; • ventes itinérantes; • magasins indépendants; • foires; • expositions. Réf. : module 4	- Présenter les différents circuits utilisés pour la commercialisation des biens de consommation. - A l'aide d'une variété de produits, identifier le circuit de vente approprié. (Ex : produit haut de gamme - magasin spécialisé) etc.	- Prend des notes. - Procède à un appariement en joignant les produits au réseau de distribution identifié.	- Correction de l'exercice.

OBJECTIFS (1er et 2e séminaires)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. Déterminer ce qui est important à connaître dans l'étude d'un produit	- Typologie du produit. - Vocabulaire technique et d'usage. - Élément du procédé de fabrication. - Utilisation. - Conditions d'usage, d'entretien. - Garantie. - Les produits compétitifs. - Etc.	- Exposé théorique. - Recherche dans le milieu.	- En utilisant les listes de produits déjà identifiés, en équipe, les élèves explicitent les termes techniques usuels, identifient les caractéristiques technologiques essentielles du produit donné, signalent les conditions d'usage, etc.	
5. Repérer les sources d'informations relatives au produit	- Catalogues des fournisseurs. - Revues. - Publications spécialisées. - Promotion de nouveaux produits par les fournisseurs. - Foires commerciales. - Salons. - Dépliants d'accompagnement.	- Exposé théorique. - Inviter un représentant ou une représentante de l'industrie à faire une présentation d'un produit spécifique.	- Les élèves recherchent des documents et montent un centre de documentation.	
A Recueillir des informations sur les produits	- Fiche analytique de produit : • éléments techniques du produit; • éléments commerciaux du produit; • éléments psychologiques.	- Explique chaque composante de la fiche analytique de produit (voir modèle à l'annexe 1).	- En utilisant les données recueillies précédemment, chaque élève bâtit, à partir d'un produit de son choix, la fiche analytique.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
6. Définir la notion de rapport qualité-prix	- Relation entre la qualité et le prix. - Justification des prix par rapport à la qualité du produit. - Qualité du produit par rapport aux techniques de fabrication spécialisées, la compétence de la main-d'œuvre, la qualité du matériel utilisé, la renommée de l'entreprise. - Importance relative du prix par rapport aux avantages et selon l'intimité du désir du client.	- Discussion de groupe sur la relation qui existe entre la qualité et le prix à partir d'exemples concrets. Ex : chaussures italiennes, chaussures brésiliennes.	- Dresse un inventaire d'une famille de produits de bas de gamme et de haut de gamme et démontre la relation qualité-prix à partir des critères évoqués.	- Présentation du rapport.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
7. Décrire la place du produit sur le marché	- Par rapport : • au secteur d'activité; • à la famille de produits; • à la concurrence.	- Faire un exposé et décrire à l'aide d'exemples le marché visé par des compagnies différentes qui fabriquent des produits similaires. - Préparer un questionnaire afin que les élèves puissent faire l'étude détaillée d'un type de produit. Ex : • qui sont les compétiteurs; • quelles sont leurs parts respectives du marché; • quelle est la valeur de leurs produits; • de quelle façon les produits sont perçus par le consommateur; • quelles sont leurs politiques de prix; • quels sont leurs services avant, pendant et après la vente. • quelle est la demande pour le produit? • le produit se compare-t-il avantageusement avec celui des compétiteurs : prix, emballage, qualité, format, garantie, disponibilité, etc.?	- En équipe, les élèves font une recherche sur un type de produit et déterminent la place de ce produit à l'intérieur du marché. Ex : les téléviseurs, les laveuses, les bicyclettes, etc.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
8. Distinguer les facteurs à considérer concernant les tendances du marché	- Goûts et besoins du consommateur (selon Maslow) (réf. : module 3). - Évolution technologique. - Banalisation des produits. - Variation des prix des biens de consommation : • valeur ajoutée; • T.P.S.; • autres taxes. - Cycle de vie du produit : • introduction; • croissance; • maturité; • déclin.	- Faire prendre conscience des motifs d'achats autres que les caractéristiques du produit.	- Identifier les motifs qui font acheter les biens commandés par les élèves. - Nommer des produits en vogue dans les dix dernières années et qui sont maintenant banalisés. - À l'aide de découpages de journaux, démontrer l'impact des récents budgets sur les habitudes des consommateurs. - À partir d'une liste de produits, l'élève situe les produits dans une courbe de cycle de vie du produit. - À partir d'une liste de produits positionner les produits en fonction de la marque.	
9. Décrire la concurrence sur le plan des produits, des prix et des conditions proposés	- Concurrence sur le plan des produits : • la concurrence entre firmes; • la concurrence entre produits d'une même gamme; • la bataille des marques.	- Exposé théorique. - Recherche dans le milieu.		

OBJECTIFS (1er et 2e séquences)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
9. (suite)	- Concurrence sur le plan des prix : • l'offre et la demande; • lancement de nouveaux produits à des prix promotionnels. - Concurrence sur le plan des conditions proposées : • mise de côté; • coupon-rebais; • modalités de paiement; • service de livraison gratuit; • garantie prolongée. Ref : module 4.	- Observation	- Fait remarquer aux élèves ce qui se passe quand l'offre dépasse la demande. - Demande aux élèves d'apporter des coupon-rebais afin d'observer le mode de présentation par opposition aux réclames des concurrents. - Établit une liste facteurs et/ou conditions qui peuvent influencer.	
B. Présenter le dossier-produit	- Éléments du dossier produit à présenter : • les caractéristiques du produit; • les arguments de vente. Ref : module 6		- Individuellement, fait un exposé oral sur un produit. L'élève peut présenter environ cinq produits fabriqués par des compagnies différentes en insistant sur les particularités de chacun, les avantages, les points forts et les points faibles.	- L'enseignant évalue les éléments de l'exposé à l'aide d'une grille d'observation.

FICHE ANALYTIQUE DE PRODUIT

IDENTIFICATION

Nom : _____

Marque : _____

Modèle : _____

Catégorie : _____

Pays d'origine : _____

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

Description : _____

Composition : _____

(Mode de fabrication)

Entretien : _____

Tailles : _____

(ou autres dimensions)

Fonctionnement : _____

CARACTÉRISTIQUES COMMERCIALES

Prix : _____

Garantie : _____

Service après-vente : _____

Condition de vente : _____

Produits complémentaires : _____

CARACTÉRISTIQUES PSYCHOLOGIQUES

Avantages : _____

Image de marque : _____

Points forts et points faibles par rapport à la compétition : _____

Module : 9	Codes : CPD 169 450095
Titre : UTILISATION DES ÉQUIPEMENTS ÉLECTRONIQUES	Durée : 75 h

Présentation du module

Une des tâches possibles d'un vendeur ou d'une vendeuse en commerce de détail est d'effectuer les opérations de caisse et d'inventaire. Or, le recours aux nouvelles technologies dans ce secteur est fort important (système électronique d'enregistrement au point de vente). Ainsi, avant d'entreprendre les apprentissages des modules 10 et 11, des connaissances et des habiletés relatives à l'utilisation des différents équipements électroniques que l'on retrouve à un point de vente tels que calculatrice, caisse enregistreuse électronique et micro-ordinateur sont nécessaires.

Les élèves doivent donc d'abord maîtriser les techniques de calcul rapide, dans l'optique de développer le calcul mental et d'améliorer le service à la clientèle lors des transactions commerciales. Les élèves doivent aussi acquérir une connaissance technique des divers équipements et enfin se familiariser à l'utilisation d'un logiciel de caisse et d'inventaire.

Il est important de souligner que ce module en est un préparatoire à l'apprentissage des tâches du métier reliées aux opérations de caisse et d'inventaire (modules 10 et 11). On ne devra pas enseigner comme tel les opérations de caisse et d'inventaire.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

À cause de la relation qui existe entre les modules 10, 11 (Opérations de caisse, Opérations d'inventaire) et le présent module, il est fortement suggéré de prévoir des activités d'apprentissage à partir de mises en situation qui seront traitées dans les trois modules. Les élèves pourraient ainsi être appelés à utiliser une calculatrice pour compléter des documents commerciaux qui seraient traités ultérieurement.

De plus, afin de se rapprocher d'une situation de travail réelle, les travaux devront être effectués à partir d'application commerciale (ex : calcul de taxes, de rabais, d'escompte, de bénéfice, etc.).

Enfin, pour démontrer sa compétence à utiliser des équipements électroniques, les élèves devront aussi utiliser un ordinateur et un logiciel de caisse et d'inventaire.

Évaluation formative

L'évaluation devra se faire, au fur et à mesure, sous supervision de l'enseignante ou de l'enseignant. On devra porter une attention spéciale à la maîtrise des calculs, à l'utilisation appropriée de l'équipement et à l'application nécessaire des commandes du logiciel utilisé.

Titre : UTILISATION DES ÉQUIPEMENTS ÉLECTRONIQUES

Code : 43895 / CPD 189

Durée : 75 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Effectuer les quatre opérations de base	- Addition. - Soustraction. - Multiplication. - Division.	- Réviser les quatre opérations de base. - Préparer des exercices progressifs et diversifiés.	- Fait les exercices sur les quatre opérations.	- Auto correction à l'aide d'un corrigé.
2. Calculer des pourcentages	- Définition du pourcentage. - Calcul du pourcentage.	- Donner des explications théoriques (principe de la règle de trois). - Faire des démonstrations simples. - Préparer une série d'exercices variés.	- Prend des notes. - Effectue les exercices proposés.	- Correction des exercices par l'enseignant ou l'élève échangé (chaque élève échange sa copie avec un autre).
A. Utiliser les techniques de calcul rapide	- Méthode rapide de multiplication et de division par 10, 100, 1000, etc. - Arrondir les chiffres.	- Expliquer les principes du calcul mental. - Préparer des exercices de calcul. - Organiser des équipes qui compétitionnent entre elles.	- Prend des notes. - S'exerce à calculer rapidement. - Enregistre ses performances et ses améliorations.	- Quiz écrit.

OBJETIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Décrire les différentes parties d'une calculatrice	- Clavier et commandes : • commande d'alimentation; • touches d'effacement; • touches numériques; • touches de commandes; • touches et interrupteurs de fonction; • commutateurs de sélection de virgule et d'arrobas; • commandes de mémoire; • indications d'affichage; • symboles d'impression. - Mise en place du papier d'impression. - Remplacement du rouleau encreur.	- Examiner les différentes parties et fonctions d'une calculatrice. - Faire une démonstration.		
2. Utiliser une calculatrice	- Calculs à effectuer : • les quatre opérations de base; • application des pourcentages : calcul de la taxe, de l'escompte, de rabais, de bénéfice, de marge, etc. - Procédure à suivre lors d'erreur d'inscription.	- Fournir aux élèves des documents commerciaux et des pièces justificatives sur lesquels l'élève effectue les différentes opérations de calcul : facture, bon de commande, fiches d'inventaire, etc.	- Complète les problèmes proposés à l'aide d'une calculatrice.	- Auto correction à l'aide d'un corrigé.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. Décrire les différents types de caisses enregistreuseuses les plus couramment utilisés	- Caisse avec clavier à boutons-poussoirs. - Caisse avec clavier électronique. - Caisse avec lecteur électronique. - Autres caisses.	- Présenter, à l'aide de photos, d'illustrations ou de diapositives, différents types de caisse. - Fournir des fiches techniques de différents types de caisse.	- Prendre des notes. - Observer les différents types de caisse à l'aide des catalogues de compagnies.	
5. Décrire les différentes parties d'une caisse enregistreuse	- Tirer caisse : • compartiment à monnaie, • compartiment à papier-monnaie. - Clavier et clés. - Commandes : • comités, • département. - Niveau à papier : • journal, • reçu.	- Expliquer les différentes composantes d'une caisse enregistreuse.		
6. Expliquer les différentes fonctions d'une caisse enregistreuse	- Opérations. - Rapports : • par département, • par comités, • par transaction, • par heure, • par produit, • etc. - Capacité. - Entrée d'inventaire.		- Comparer les fonctions de différentes caisses.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ELEMENTS DE CONTENU	ELEMENTS DE STRATEGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITES D'APPRENTISSAGE	ACTIVITES D'EVALUATION FORMATIVE
7. Nommer les touches du clavier.	- Touches du clavier : • de fonctions, • de département, • d'items, • de paiement, • etc.	- Enumère les différentes touches.		
C. Utiliser une caisse enregistreuse électronique	- Etapes de programmation de la caisse. - Opérations d'entretien usuel.	- Explique à l'aide d'une démonstration le fonctionnement d'une caisse enregistreuse.	- Effectue une programmation de caisse.	
8. Décrire le micro-ordinateur et ses périphériques	- Unité centrale de traitement. - Clavier. - Ecran. - Lecteurs de disquettes. - Mémoires auxiliaires. - Imprimante. - Modem. - Etc.	- A partir de démonstration, présenter les notions relatives aux rôles de chaque composant.	- Prend des notes.	- Questionnaire traditionnel concernant les composantes et les périphériques d'un micro-ordinateur.
9. Expliquer les principes de fonctionnement d'un micro-ordinateur	- Cheminement de l'information à l'intérieur d'un micro-ordinateur. - Opérations relatives à la mise sous tension, au chargement et à la fermeture d'un micro-ordinateur.	- Expliquer le cheminement de l'information (entrée, mémoire, sortie).		

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
10. Expliquer les usages possibles d'un micro-ordinateur dans un commerce de détail	- Gestion des ventes (analyse et statistiques des ventes par rayon, par gamme, rapports de commercialisation, rapports de contrôle, etc.) - Gestion des stocks (prise de commandes, approvisionnement, étiquetage, etc.) - Comptabilité - Traitement de texte - Télématique - Etc.	- Démontrer à partir d'exemples les applications du micro-ordinateur.	- En équipe, fait un travail de recherche sur l'utilisation du micro-ordinateur et des changements apportés au niveau des activités d'un commerce de détail.	
11. Préciser les données à enregistrer sur une feuille d'inventaire et sur une facture	- Données relatives à l'inventaire - Données relatives à la vente	- Présenter différents modèles complets de feuille d'inventaire et de facture.	- Déterminer les données (quantité, prix, exemple, etc.) qui doivent être enregistrées sur un système informatisé.	
D Enregistrer des données sur un système informatisé	- Utilisation de logiciels d'application : • d'inventaire; • de caisse.	- Expliquer les principales commandes du logiciel utilisé. - Expliquer l'usage des menus et des sous-menus. - Souligner le fait que d'autres logiciels peuvent fonctionner différemment. - Préparer les pièces justificatives à enregistrer.	- Pratiquer sur le micro-ordinateur les touches expliquées. - Noter les différentes commandes ou approches comment les retrouver. - Enregistrer les données d'une facture, d'une feuille d'inventaire, etc.	

Module : 10	Codes : CPE 181 458103
Titre : OPÉRATIONS DE CAISSE	Durée : 45 h

Présentation du module

Ce module a pour fonction d'habilier l'élève à appliquer toutes les techniques relatives aux tâches de la caissière ou du caissier dans un commerce de détail. Il comprend une partie théorique suivie d'une partie pratique. Dans le but de favoriser l'intégration de l'élève au marché du travail et à sa fonction de caissière ou caissier, il convient de spécifier les diverses réalités quant aux opérations de caisse de différents commerces.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Les apprentissages prévus dans ce module peuvent être intégrés en parallèle avec ceux du module 9.

Il est indispensable de mettre à la disposition de l'élève de nombreux outils de travail pour donner une formation axée sur la pratique. Un coin de la classe-cours pourrait être aménagé comme le poste de travail d'un caissier ou d'une caissière. L'enseignant ou l'enseignante jouera davantage un rôle de superviseur et personne-ressource coordonnant les activités d'apprentissage des différentes opérations de caisse.

Évaluation formative

Dans le contexte du module, l'évaluation formative se fait pratiquement au fur et à mesure que se déroule la formation avec des grilles d'évaluation idéalement pour chacun des apprentissages afin d'apporter des correctifs immédiats et de remédier à d'éventuelles mauvaises habitudes ou techniques.

Thème : OPÉRATIONS DE CAISSE

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Prendre connaissance des politiques et procédures propres à l'entreprise	- Énumération des différences politiques et procédures de l'entreprise commerciale concernant : • le paiement; • les prix; • les rabais; • l'application des taxes fédérale et provinciale; • le crédit (autorisations); • le remboursement; • la mise de côté.	- Faire un exposé informel à l'aide d'exemples de différents commerces de détails.	- Prend des notes. - Compare les politiques et procédures de différents commerces.	
2. Respecter l'avis d'audit	- Règles d'éthique concernant le respect du bien d'autrui : • honnêteté; • sens des responsabilités; • souci du bien d'autrui; • etc. (réf : module 5)	- Faire un bref rappel des notions sur le vol et sur les précautions à prendre pour contraindre le vol hors des opérations de caisse. - Animer une discussion de groupe sur l'importance de respecter l'avis du propriétaire.	- Rédige un code d'éthique du vendeur au détail.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
3. Énumérer le matériel et les équipements nécessaires pour effectuer des opérations de caisse	- Caisse, terminal, tiroir-caisse, tiroir-réserve - Lecteur optique - Fonds de caisse - Calculatrice - Carte de crédit - Tampons (dateur, etc.) - Numéraire et autres valeurs	- Faire un exposé illustré d'exemples des différents équipements - Démonstration sur la manipulation des instruments, du numéraire et autres valeurs : • billets (CAN, US); • billets imprimés, • monnaie (pièce, rouleau, liasse); • chèque, mandat, etc.	- Observation - Mise en situation - Manipulation des instruments et valeurs	
4. Effectuer les opérations d'ouverture de caisse	- Étapes de préparation de la caisse enregistrée : • réconciliation et vérification du fonds de caisse; • remise à zéro de la mémoire de la caisse; • entrée de la date et du code de l'utilisateur; • vérification de la disponibilité du matériel et support de rechange.	- Faire un exposé et une démonstration - Préparer des exercices	- Constitution d'un fonds de caisse - Ouverture d'une caisse - Simulation	- Test pratique

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
4. Décrire les transactions reliées aux opérations de caisse : - vente; - échanges; - remboursement; - mise de côté.	- Caractéristiques des transactions suivantes : • vente (au comptant ou à crédit); échanges, remboursement, mise de côté.	- Faire un exposé sur les différents types de transactions. - Décrire les différentes procédures d'achat et les informations à y inscrire. - Présenter différents types de formulaires : factures de vente, notes de crédit, mise de côté, etc.	- Prend des notes. - Différencie les différents documents.	- Évaluation formative.
5. Décrire les différents modes de paiement et le traitement qu'ils requièrent	- Comptant : • perception et vérification des sommes. - Carte de crédit : • vérification de la validité (date); • vérification du crédit; • bondeveau à compléter (achat, crédit, dépôt); • vérification de la signature. - Chèque personnel : • vérification de la date, du montant, de la signature et des pièces d'identité; • respect des politiques de l'entreprise (chèque antidaté ou postdaté). - Chèque de voyage et devises étrangères : • calcul du taux de change; • signature du chèque. - Carte de débit.	- Faire un exposé sur les divers modes de paiement possibles. - Pour chaque mode de paiement, présenter des spécimens de formules et expliquer comment les remplir. - Préciser les vérifications à effectuer lors d'un encaissement.	- Prend des notes.	- Évaluation formative.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Effectuer les opérations courantes de caisse	- Façons de remplir manuellement les différents documents commerciaux liés à la vente, à l'échange, au remboursement et à la mise de côté. - Procédures d'opération de caisse : - inscription; - information sur le client; - information sur le produit ou service vendu (code du produit, etc.); - montant, taxe, encaissement; - correction d'erreurs : - transaction non complétée; - transaction complétée. - Règles de service : - courtoisie.	- Préparer des exercices en utilisant les documents appropriés : facture, note de crédit, etc. - Préciser l'importance de l'exactitude des informations portées sur les documents. - Identifier les erreurs d'inscription possibles et la façon d'y remédier. - Simulation et démonstration.	- Rédige manuellement les divers documents dans le cadre de différentes transactions commerciales. - Vérifie l'exactitude des calculs et des informations sur les divers documents et corrige au besoin. - Enregistre les données sur une caisse enregistreuse. - Simulation à partir de documents falsifiés ou non complétés pour fin de validation. - Corriger des erreurs d'inscription à la caisse.	Évaluation formative lors de simulation de transactions.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
C Effectuer les opérations de fermeture de caisse	- Opérations de fermeture : • lecture de caisse; • compilation des pièces justificatives et de l'argent en main; • repérage des erreurs (surplus ou déficit de caisse); • compléter le rapport de caisse; • préparer le fonds de caisse pour la réouverture; • mise sous clé. - Rédaction d'un bordereau de dépôt.	- Identifier les principales raisons des différences entre l'encaisse et le solde de caisse à la fin de la journée. - Faire un exposé sur les façons de décompter les pièces et l'argent. - Préparer des mises en situation.	- Les élèves prennent des notes et effectuent l'ordonnement et le décompte du tiroir-caisse. - Rédige un rapport de caisse (voir modèle à l'annexe 1). - Rédige un bordereau de dépôt.	
6. Décrire les risques reliés à l'encassement, la garde et la manipulation des argents et des effets commerciaux de l'ouverture à la fermeture de la caisse	- Fraudes : • faux billets; • carte de crédit volée ou périmée; • etc.	- Faire un exposé magistral sur : • les situations à risque; • les moyens de sécurité pour faire échec aux risques.	- Prend des notes.	
D Appliquer les mesures de sécurité	- Règles de sécurité en rapport avec toutes les opérations à exécuter par un caissier. - Mesure de sécurité à prendre lors du dépôt au guichet d'un établissement financier.	- Simulation. - Conférencier.	- Les élèves rédigent un code de sécurité applicable à un établissement de vente au détail.	

RAPPORT DE CAISSE

Date		
Nom de magasin		
Lecture d'aujourd'hui		
Lecture précédente		
Total de caisse		
Moins erreurs		
Balance		
Moins remboursement		
Balance		
Moins Charges/Visa		
Balance		
Moins Mastercharge		
Balance		
Moins Am. Ex.		
Balance		
Moins dépense		
Balance		
Dépôt de banque		
Moins		
Plus		
Total des chèques		
Signature		

ERREUR DE CAISSE

No de Trans. de caisse	Montant	No de facture	Signature

REMISES D'ARGENT

Nom de l'employé	Montant

DÉPENSES

Description	Montant

Date _____

Module : 11

Codes : CPE 182

Titre : OPÉRATIONS D'INVENTAIRE

458113

Durée : 45 h

Présentation du module

Ce module a pour fonction de permettre à l'élève d'effectuer adéquatement des opérations d'inventaires. Il traite du processus relatif à la réception de la marchandise et à la préparation pour la mise en rayon. Il aborde aussi les moyens de vérifier l'état des stocks et les commandes de marchandises à effectuer.

Ce Module a donc pour but d'expliquer à l'élève la procédure d'approvisionnement d'un magasin ainsi que les principes de l'inventaire physique et comptable.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Même si plusieurs livres parlent de ce concept, il faudra préparer des cas et des mises en situation à l'aide des formulaires appropriés. De plus il serait souhaitable que l'enseignant ou l'enseignante fasse des démarches afin de jumeler son groupe à un commerce ou à la coopérative étudiante de l'école afin de réaliser certaines activités de ce module.

Évaluation formative

L'évaluation formative se fait à l'aide de tests et de simulations.

Titre : NOTIONS D'INVENTAIRE

Durée : 45 h

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Expliquer les différents formulaires utilisés au moment de la réception	- Le connaissance. - La feuille de route. - L'avis d'arrivée. - La note de fret. - Le reçu de livraison. - Le bon d'expédition. - Le bon de commande. - La réquisition. - La facture.	- Présenter divers modèles de formulaires et en expliquer le contenu.	- Identifier les documents commerciaux.	
2. Remplir et acheminer les documents commerciaux utilisés au moment de la réception et de la vérification des marchandises	- Bon de livraison. - Bon de commande. - Etc. - Inscription des données pertinentes : • date et heure d'arrivée de la marchandise; • nom et adresse du fournisseur; • numéro du bon de commande, de la facture; • nom du transporteur; • description des articles; • signature.	- Expliquer, à partir d'un bon de commande, la signification de chacun des éléments.	- Rédiger les documents commerciaux.	- Évaluation formative.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
3. Nommer les raisons justifiant le retour des marchandises aux fournisseurs et les conditions de ce retour	- Marchandise manquante. - Marchandise endommagée. - Marchandise non commandée. - Marchandise dont le prix, la quantité ou la description ne correspond pas au bordereau de commande. - Réclamation éventuelle auprès du transporteur ou du fournisseur.	- Présenter un exposé sur les réclamations faites par écrit ou par téléphone. - Donner des exemples de politique de retour de différentes entreprises. - Préparer des mises en situations.	- Rédige une lettre de réclamation à partir des renseignements fournis par l'enseignant ou l'enseignant.	- Évaluation formative.
4. Décrire la procédure couramment utilisée pour le stockage	- Rangement des marchandises par : • fournisseurs; • catégories; • poids, volumes, dimensions, couleurs; • service; • fréquence d'utilisation. - Rôle de l'entrepôt	- Identifier les critères de rangement des produits en réserve.	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
A. Recevoir la marchandise	- Étapes et éléments à vérifier lors de la réception des marchandises : • identification du colis; • dénombrement visuel des unités d'expédition; • vérification avec bordereau de livraison; • inspection externe de l'emballage; • acceptation, refus, réclamation dans les délais. • réception versus déballage : • quantité reçue versus quantité commandée; • concordance de la qualité; • état; • contrôle des bons de commande et d'expédition. • pratiques sécuritaires. - Réunion de la commande et de la facture pour paiement.	- Déterminer les éléments à vérifier lors de la réception des marchandises. - Préciser l'importance de cette opération. - Placer l'élève dans une situation fictive de réception et de vérification des marchandises (ex : remettre à l'élève un bon commande et le bon de réception correspondant avec quelques erreurs sur le type de produit ou la quantité, etc.) - Insister sur les précautions pour manipuler les marchandises.	- Simule la réception et la vérification des marchandises à l'aide des pièces justificatives appropriées (ex : vérifie la conformité des deux bons). - En équipe de deux, à l'école lorsque l'occasion se présente i.e. lors de la réception de marchandises pour la coop ou autre, vérifie la commande.	- Correction par l'enseignante ou l'enseignant.
5. Décrire les règles de l'étiquetage	- Modalités : • moment de l'étiquetage; • lieu de l'étiquetage; • type d'étiquettes; • précautions à prendre.	- Présenter un exposé afin d'expliquer les normes de préparation des étiquettes de divers commerces de détail.	- Prend notes. - Identifie la façon de faire de certains commerces.	- Évaluation formative.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
6. Décrire les étiquettes les plus couramment utilisées	- Étiquettes : • automatique; • manuscrite; • code-bar; • etc.	- À l'aide d'illustrations présenter les caractéristiques de divers systèmes de marquage d'étiquette.		
7. Décrire l'utilisation des moyens antivol	- Contrôle à exercer lors de l'étiquetage des marchandises. - Étiquette magnétique, etc.	- Exposé oral sur : • les techniques; • les systèmes; • la vigilance du vendeur.	- Prend des notes.	
8. Préparer les marchandises pour la mise en rayon	- Règles de codification des marchandises : • étiquette double; • code universel des produits; • code du produit; • code couleur; • code du fabricant; • numéro du secteur ou du département; • code secret; • inventaire. - Étiquetage. - Méthodes de réétiquetage.	- Exposé avec transparent. - Mises en situation.	- Recueille différentes étiquettes provenant d'achats diversifiés. - Réalise les opérations d'étiquetage dans des situations simulées.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
8. Expliquer les corrélations entre le produit et son point de vente	- Image de l'entreprise, la clientèle visée et le service offert via : • l'aménagement intérieur; • les présentoirs (plancher mural, mannequin, suspendu, étagère, comptoir); • la vitrine; • la qualité de produits; • la qualité de l'étalage (propreté, accessibilité, intérêt, etc.).	- Exposé. - Diapositives.		
9. Distinguer les produits «bon vendeurs»	- Éléments à discuter avec le gérant suite aux ventes : • tendance du marché; • désirs du consommateur (marques, modèle, etc.); • vente de produit difficile à écouler; • etc. - Rendement du rayon d'un magasin ou d'une gamme de produits.	- Présenter un exposé théorique.		
10. Entretenir le point de vente	- Maintien des produits en état marchand. - Propreté du point de vente.	- Présenter un rapport d'analyse des ventes d'un rayon. - Exposé théorique sur l'importance de la présentation de la marchandise.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
12. Définir les sortes d'inventaires et le rôle de chacun	- Sortes d'inventaires : • permanent; • périodique (matériel ou physique); • avantages et inconvénients.	- Dans un exposé définir les buts de la prise d'inventaire; et les sortes d'inventaire; insister sur les avantages de tenir un inventaire à jour.	- Prend des notes.	- Évaluation formative.
13. Définir le concept de l'inventaire informatisé	- Rôle; - Fonctions; - Relation des variables suivantes : • numéro du produit; • valeur et quantité; • groupe produit; • points de commande; • taxes fédérale et provinciale. - Statistiques. - Différents logiciels. - Analyse des ventes. - Avantages et inconvénients. - Etc. - Réf. : module 9.	- Présenter un exposé sur le fonctionnement du traitement informatisé de l'inventaire : • création; • implantation; • suivi; • contrôle. - Démonstration à partir d'un logiciel d'inventaire informatisé.	- Prend des notes. - Simulation sur l'ordinateur : • aller chercher les informations pour répondre à des besoins tels le nombre d'articles en main, le coût d'un article, etc; • visualiser à l'écran tous les rapports disponibles.	- Évaluation formative.
14. Définir les informations généralement présentées sur les fiches d'inventaire	- Formulaire à remplir selon le type d'inventaire à réaliser : • feuille d'inventaire (compilation d'un grand nombre d'articles) : - description de la marchandise; - modèle, lot;	- À l'aide d'adresses, présenter des modèles de fiches et de feuilles d'inventaire remplies et à remplir.	- Comparer les différents modèles.	- Création d'une fiche d'inventaire.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
11. Prévenir les vols à l'étalage	- Disposition du magasin : • visibilité; • emplacement des caisses; • éclairage; • surveillance par appareil vidéo et caméra. - Vol dans les salles d'essayage. - Protection de la marchandise (cintres sécuritaires, chaînes, etc.) Réf : module 5	- Expliquer les mesures sécuritaires employés contre le vol dans les commerces de détail.		
C Approvisionner les rayons, les étalages, les présentoirs	- Modalités d'approvisionnement. - Règles de la rotation des stocks.	- Expliquer la relation entre les ventes et la rotation des stocks. - Présenter divers taux de rotation des stocks pour certains établissements commerciaux. - Préparer des exercices pratiques sur le calcul du taux de rotation des stocks. - Présenter un tableau indiquant la planification des stocks pour un commerce.	- Prend des notes. - Résout les exercices.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
15. Reconnaître les différents manières d'évaluer les stocks en fonction du prix	- catégories, unité de mesure, prix unitaire ou par quantité. - fiche d'inventaire : (fiche pour chaque modèle ou numéro de lot différent) : - rayon, - emplacement, - quantité, - total. - Stock évalué au coût : • déterminé par le code de chaque étiquette de prix attachée à l'article, - Stock évalué au prix de détail. - Interprétation des listes de prix : • repérage du code d'arrivée; • interprétation du prix en fonction d'un code secret, de l'acompte sur la quantité, des tables de majoration.	- Donner des indications au moyen d'exemples, sur les méthodes de calcul de l'inventaire permanent.	- Prend des notes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
D Effectuer des inventaires	- Dénombrement des produits (rayon, emplacement, quantité, total). - Choix des formules à utiliser. - Compilation de données. - Calcul de la valeur des stocks.	- Expliquer la procédure à suivre pour prendre un inventaire physique. - Préparer une mise en situation qui permettra de remplir des fiches d'inventaire et de calculer le solde des stocks d'une entreprise donnée. - Fournir les pièces et les informations requises.	- Complète les feuilles ou états d'inventaire physique. - Effectue toutes les tâches requises par la simulation : • Fiches à remplir; • calcul à effectuer; • Vérification des calculs.	- Évaluation formative sur : • les étapes à suivre; • la précision.
16. Décrire les formes d'approvisionnement	- Entrepôt. - Transfert inter-magasin. - Fournisseurs extérieurs.	- Expliquer les opérations de constitution et de renouvellement du stock de marchandises. - Conférence donnée par un préposé aux achats d'une entreprise locale.	- Prend des notes.	
17. Décrire les différents documents liés à l'approvisionnement et leur destination.	- Plan d'achat. - Listes de prix des produits et services. - Fiche d'inventaire. - Réquisition. - Bon de commande. - Documents pour fins interne et externe.	- Présenter des spécimens de réquisitions d'achat et de bons de commande et en expliquer le contenu.	- À partir d'instructions fournies, établit un plan d'achat en quantité et en valeurs.	

OBJECTIFS (1 ^{er} et 2 ^e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
E Commander des marchandises	- Détermination des quantités de stock à commander. - Choix des fournisseurs suite à une sélection. - Adoption d'une solution de rechange si la commande prévue ne peut être remplie. - Considération des facteurs qu'influent sur la prise de commande. - Préparation du bon de commande et obtention de l'approbation de l'achat selon la réglementation en vigueur. - Acheminement du bon de commande au fournisseur et des exemplaires aux destinataires à l'intérieur de l'entreprise.	- Présenter un exposé sur l'importance des achats (prix, qualité, délais, etc.). - Présenter une simulation en fournissant les informations nécessaires pour compléter un appel d'offre. - Présenter diverses mises en situation où l'élève aura à remplir les documents spécifiques à l'approvisionnement et à acheminer les principaux documents.	- Recherche des adresses, des informations sur les fournisseurs et les produits, choix d'un fournisseur et justification du choix. - Avec ou sans catalogue, rédige tous les documents pour passer une commande. - Met à jour les fichiers produits, fournisseurs.	- Évaluation formative.

Module : 12

**Codes : CDE 183
458123**

Titre : NOTIONS DE MARCHANDISAGE

Durée : 45 h

Présentation du module

L'objectif de ce présent module n'est pas de former des décorateurs-designer, mais bien d'inculquer des notions de marchandisage. L'élève devra apprendre l'ensemble des éléments qui caractérisent le marchandisage d'un commerce de détail, tel que l'aménagement et l'aspect visuel du magasin, la gestion des stocks, l'utilisation de l'espace de vente, les techniques d'étalage et les techniques de promotion en magasin.

Les apprentissages effectués dans le présent module seront également intégrés dans le module 13 traitant des étalages.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Soulignons que les notions de marchandisage peuvent s'acquérir par des études de cas. L'élève pourrait à partir d'observation de l'aménagement du magasin ou d'un rayon, dégager les points forts et les points faibles et présenter des suggestions d'aménagement partiel. Pour ce, il faudrait que l'entreprise soit sensibilisée aux objectifs de formation du module et que l'enseignant ou l'enseignante prenne entente avec certains commerces afin de permettre certaines activités d'apprentissage.

L'évaluation formative

Compte tenu de l'aspect théorique du module, tout au cours de l'apprentissage, on insistera sur le respect des principes du marketing et du marchandisage.

Titre : NOTIONS DE MARCHANDISAGE

Durée : 45 h

OBJECTIFS (1er et 2e séminaires)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Décrire le rôle de l'aménagement intérieur d'un commerce en regard du marché visé et du positionnement désiré.	- L'aménagement intérieur et l'étalage différent en fonction de la qualité des produits (prix) et des clientèle visées. Ex : une clientèle nombreuse appelle un étalage et un aménagement serrés, étroits.	- Exposé. - Projection de diapositives. - Enquête dans le milieu.	- Prend des notes.	
2. Décrire les types de plans d'aménagement d'un commerce.	- Types de plan, avantages et inconvénients : • disposition en grille d'un magasin; • circulation libre; • implantation de biais.	- Exposé. - Actés. - Conférencier (dessiner). - Étude de cas.	- Prend des notes - À partir de différents commerces du milieu, l'élève analyse le type d'aménagement et d'étalage utilisé en fonction de la clientèle et des produits offerts.	
3. Définir les différents types d'espaces à aménager.	- Vitrine (Facade). - Bout d'îlot. - Plates formes. - Murai. - Plancher.	- Exposé. - Diapositives.	- À l'aide d'un croquis simule un aménagement selon des critères pré-établis.	
4. Décrire la disposition de l'assortiment sur un plancher de vente.	- Disposition stratégique des différents éléments tel que mobilier, espace.	- Exposé. - Diapositives.	- Effectue un travail de recherche sur la disposition d'un rayon, en particulier, dans un commerce.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
5. Reconnaître divers types de mobilier utilisés pour disposer la marchandise.	- Mobilier intérieur. - Mural. - Mannequin. - Suspendu. - Étagères. - Comptoirs. - Caractéristiques de ces formes et taille, stabilité, accessibilité du produit, qualité visuelle, etc.	- Exposé. - Diapositive (vidéo). - Catalogue (fournisseurs). - Conférencier. - Fournisseur d'équipement.	- Choisit un type de commerce et l'élève assortit pour une série de produits le type de mobilier approprié.	
6. Reconnaître l'importance de la rentabilité d'un commerce de détail en regard de sa superficie	- Analyse des ventes/pieds. - Produits à roulement fort et roulement lent. - Largeur et profondeur d'un assortiment.	- Exposé sur l'allocation de l'espace.		
A Expliquer l'importance de l'aménagement et de l'aspect visuel d'un commerce de détail	- Image du commerce : • accueil des clients (nom du magasin, d'enseigne, la façade du magasin); • vente des produits (mobilier de vente, éclairage, etc.); • Fidélité des clients.	- Souligner l'influence des attributs du commerce sur le comportement d'achat de la clientèle. - Préparer une grille d'observation sur l'aménagement d'un commerce.	- Produit un rapport sur l'appréciation de l'aménagement d'un commerce : • répartition des surfaces; • la circulation; • le repérage des rayons; • le mobilier; • le matériel de présentation; • le décor; • l'éclairage; • la musique; • etc.	- Rapport.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
7. Définir diverses notions liées à la gestion des inventaires.	- Historique d'achat. - Planification des achats. - Rotation des marchandises. Réf : module 11.	- Exposé. - Présenter sous forme de tableau, les types de planification d'achat. - Étude de cas.	- À partir des instructions fournies, établir une planification d'achat en quantité et en valeur.	
8. Définir un surplus ou un manque d'inventaire.	- Définitions. - Expliquer l'implication d'une mauvaise planification des marchandises.	- Exposé.		
9. Expliquer la planification des inventaires en fonction des saisons.	- Offre et la demande. - Planification des réductions.	- Exposé.		
8 Expliquer le rôle du marchandage en regard de la gestion des inventaires	- Impact sur les marges de profit et les ventes.	- Exposé synthèse. - Étude de cas.		
10. Rappeler les notions de publicité et d'activités promotionnelles.	- Résumé des objectifs et but de la publicité et des activités promotionnelles.	- Exposé. - Types de promotions et leurs buts.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
11. Décrire les différentes formes de publicité et d'activités promotionnelles au point de vente.	- L'affichage promotionnelle. - Les thèmes. - Animation verbale. - Réduction de prix : • démonstration; • échantillon; • dégustation; • exposition de produits; • vente avec prime.	- Exposé. - Duo positive. - Étude de cas simple.	- Faire l'analyse des moyens utilisés pour faire la promotion d'une marchandise : annonce dans le journal, vitrine, affichage, promotion intérieure, etc.	
12. Décrire les interrelations existantes entre la publicité, les activités promotionnelles, l'inventaire et la commercialisation.	- Démontrer l'importance d'une bonne condition des activités globales au sein d'un commerce.	- Exposé. - Étude de cas.		
C Expliquer le rôle du marchandage en regard des activités publicitaires et promotionnelles d'un commerce et de ses fournisseurs	- Synthèse de la matière sur les interrelations entre le marchandage et les activités publicitaires et promotionnelles.	- Exposé.		
13. Définir le rôle de l'étalage commercial.	- Rôle de l'étalage : • vendre; • attirer l'attention de la clientèle; • créer une atmosphère; • montrer la marchandise; • accélérer les transactions; • transmettre l'image de l'entreprise; • protéger la marchandise.	- Dans un brassage d'idées (brainstorming) faire découvrir par les élèves l'importance de l'étalage d'après les expériences personnelles vécues.	- Liste les avantages de l'étalage pour un commerce.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
14. Définir les espaces promotionnels.	- Bout d'ilot. - Plantes-formes. - Types de vitrine : fermée, demi-fermée, ouverte.	- Énumérer les différents espaces promotionnels en donnant les utilités de chacun. - Présenter des diapositives. - Faire une visite dans un centre d'achat et classer les divers types de vitrines utilisés par les commerces. - Préparer une étude de cas sur une vitrine réelle : exemple de la grille d'observation : • nombre de personnes qui passent devant la vitrine; • nombre de personnes qui regardent la vitrine; • nombre de personnes qui s'arrêtent devant la vitrine; • nombre de personnes qui entrent dans le magasin; • nombre de personnes qui entrent dans le magasin sans regarder la vitrine; • etc.	- Pour chaque vitrine recensée, identifier les atouts de chacune. En plénier, faire remarquer que pour une même vitrine, on peut rencontrer des réactions différentes.	

OBJETIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
15. Déterminer les différents types d'étalages et leur fonction	- L'étalage : • de masse; • de liquidation; • d'information; • impubli; • de nouveaux produits; • saisonnier.	- Exposé. - Présente des diapositives, illustrations ou photos des différents types d'étalage.	- Fait l'étude d'un étalage spécifique.	- Projet étude de cas.
16. Déterminer les différents types d'affichage et leur fonction	- L'affichage : • de prix - régulier - prix réduit; • d'information; • simple; • de circulation. - Qualités de l'affichage.	- Exposé. - Diapositives. - Exemples concrets de différents affichages.	- Évaluer l'affichage à l'intérieur d'un commerce.	
D Expliquer les techniques de l'étalage	- Étalage horizontal. - Étalage vertical. - Étalage par bloc. - Étalage au niveau des yeux. - Étalage au niveau des mains.	- Présenter les avantages et inconvénients de chacun selon la marchandise à vendre, et d'après les automatismes de chaque humain.		

Module : 13

Codes : CPE 184
458133

Titre : ÉTALAGES

Durée : 45 h

Présentation du module

Le présent module permettra à l'élève de connaître et de comprendre les principes de base inhérents à la préparation des étalages dans un commerce de détail.

Il est évident que l'élève devra avoir assimilé au préalable les notions de merchandising du module précédent.

L'élève apprendra les activités de planification et de préparation d'un étalage. Il devrait être capable d'évaluer et de réaliser un étalage promotionnel, thématique ou d'information technique selon les principes et les techniques d'étalage.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Afin de permettre à l'élève d'acquérir une vue d'ensemble de la réalisation d'un projet d'étalage, nous suggérons d'entreprendre des projets dans le milieu c'est-à-dire avec des commerçants. Dans un premier temps, l'enseignant ou l'enseignante pourrait présenter les éléments et les notions théoriques impliqués dans la planification, l'analyse et la réalisation d'étalage, à l'aide de diapositives. Les élèves pourraient, en équipe, monter un dossier avec plusieurs illustrations de vitrines ou de présentations visuelles regroupées par genre de commerce (mêmes types de produits, ex : quincaillerie, magasin d'articles de sports, etc.) ou par thèmes (Saint-Valentin, Pâques, Fête des mères, etc.).

Par après, suite aux ententes avec l'entreprise, les élèves pourraient participer à la réalisation d'un projet d'étalage.

L'évaluation formative

L'évaluation se fera à partir de mise en situation où l'élève pourra à l'aide d'une grille d'observation évaluer le projet d'étalage.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Décrire les principales étapes de réalisation de la disposition et de la présentation visuelle des produits.	- Définition du type d'activité, de la durée. - Choix de l'endroit approprié. - Choix des produits. - Choix du matériel.	- Exposé. - Discussion en classe sur les effets qu'entraîne une mauvaise disposition de produits.		
2. Énumérer l'ensemble des matériaux nécessaires à la réalisation du projet.	- Liste des matériaux pouvant être utilisés lors d'un projet : • étagère standard; • mannequin; • affiche; • produits de vente; • faire appel à votre imagination.	- Exposé. - Projection de diapositive. - Catalogue fournisseur.	- Prépare un projet d'étalage.	- Rapport.
A. Prendre connaissance du plan de travail	- Recueillir des informations : • zone stratégique; • nature de la marchandise : régulière, complémentaire et fantaisie; • activité promotionnelle; • choix du mobilier et accessoire.	- Exposé. - Inviter un conférencier : l'étalagiste d'un grand magasin.	- Prépare des questions et demande à la personne en charge de l'étalage de présenter le plan de travail lors de la conception d'un étalage : étapes, facteurs à considérer, contraintes, etc.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
3. Décrire le concept global d'un étalage thématique.	- Structure organisée en fonction d'un résultat. - Doit être représentatif : • du produit (ex. bijoux); • du thème évoqué (ex. St-Valentin) • du but (la vente) dans un cadre attrayant. - Définition : • structure organisée en fonction d'un résultat. - Son rôle. - L'objectif recherché.	- Exposé.		
4. Définir les composantes d'un étalage thématique.	- L'ensemble des types d'étalage. - Matériaux pouvant être utilisés.	- Exposé. - Diapositives.	- Élabore une liste de matériel requis pour un projet spécial. - Faire le croquis d'un espace pour la réalisation d'un étalage thématique.	
5. Définir les principes de base de la conception d'un étalage thématique.	- Principes : • construire des étalages pour des produits qui se vendent bien et dont le débit est rapide; • donner aux biens achetés par impulsion un espace-étalage de première importance. - Conserver les étalages sobres et simples.	- Donner des éléments de connaissance sur les couleurs (primaires, secondaires, complémentaires, etc.), et sur les principes du mouvement (harmonie, contraste, équilibre, etc.). - Diapositives.	- Demande à l'élève de réaliser un collage pour illustrer des principes de composition.	

OBJETIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
- Présenter des produits adaptés et des étalages appropriés à la saison. - Utiliser les couleurs afin d'attirer l'attention et de créer un atmosphère approprié. - Utiliser le mouvement. - Exploiter un thème ou histoire. - Montrer la marchandise dans une situation d'utilisation. - Utilisation de l'éclairage et un décor approprié. - Point contrôlé de l'étalage.	- Préparation des exercices en donnant un thème et demande aux élèves de compléter un schéma à l'aide des couleurs appropriées. - Préparation des exercices de mouvement afin que l'élève détermine les principes de l'étalage.	- Exposé. - Concevoir une grille d'évaluation (ex. : annexes)	- À partir de photos et illustrations d'étalage thématiques, observer et critiquer la composition visuelle des vitrines en essayant d'imaginer l'impact de la vitrine sur la clientèle.	- Correction à l'aide d'une grille d'évaluation.
B Préparer un étalage thématique	- Exploitation du thème en fonction des fêtes de l'année, des produits, de la nature du magasin, etc. - Composition visuelle : • équilibre des formes, • harmonie des masses, • esthétique des lignes, des couleurs, des rapports; • exprime quelque chose (ambiance).			

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
6. Décrire les différents étalages promotionnels	- L'étalage de masse. - L'étalage de liquidation. - L'étalage d'information. - L'étalage impulsif. - L'étalage de nouveaux produits. - L'étalage saisonnier.	- Exposé. - Projection de diapositive. - Reconnaître les divers types d'étalage.	- Identifier des étalages promotionnels d'un commerce.	
7. Déterminer les styles d'étalage promotionnel en fonction des produits	- Caractéristiques de chaque produit en fonction de la promotion à réaliser.	- Exposé. - Simulation. - Mise en situation.	- Analyser la présentation de produits sur l'étalage d'un commerce.	
8. Définir les règles à suivre lors du montage d'un étalage.	- Choix de l'étalage versus les activités de promotion. - Pré-sélection des produits. - Choix des couleurs. - Choix d'un thème. - Disposition des produits (techniques de présentation). - Agencement des produits (lien entre eux). - Types d'affichage (prix de détail et rabais). - L'emplacement.	- Exposé. - Simulation. - Diapositive (projection).	- Préparer un projet de montage d'un étalage.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
9. Expliquer les critères d'évaluation de la qualité d'un étalage promotionnel	- La disposition des produits. - Le choix de l'emplacement. - L'agencement des couleurs. - Le choix des produits en fonction : • des inventaires; • de la compétition; • du thème promotionnel global.	- Exposé. - Mise en situation. - Projection de diapositives. - Prépare une grille d'évaluation. Exemple : • ordre et clarté dans la disposition de produits; • équilibre de la composition; • esthétique de la composition; • respect du produit; • respect du thème (s'il y a lieu); • éclairage attirant; • finition impeccable et soignée.	- Choisit deux boutiques qui vendent différents types de marchandises et analyse de bons et de mauvais exemples d'étalage promotionnel.	
C Préparer un étalage promotionnel	- Démarche à suivre.	- Exposé synthétique. - Prendre entente avec un magasin.	- Cibles deux élèves ou plus, pour préparer un étalage, les autres élèves observent et notent.	- Correction à l'aide d'une grille d'évaluation.
10. Décrire le concept global de l'étalage de type «informations techniques» ainsi que le but poursuivi pour l'adoption d'un tel concept	- Son rôle. - L'objectif recherché : éducation de la clientèle, etc.	- Exposé.		

OBJETIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
D Préparer un <i>évalue</i> du type <i>information technique</i>	- Définition du thème. - Recherche l'information technique à vulgariser et à transmettre à la clientèle. - Choix des matériaux. - Choix de l'emplacement.		- A partir d'un produit, fait la recherche technique et prépare la présentation.	

ANNEXE 1

TABEAU DES CRITÈRES D'ÉVALUATION D'UNE VITRINE OU D'UNE PRÉSENTATION VISUELLE (ÉTALAGE - STAND D'EXPOSITION, ETC.)

Date :
Nom de l'exposant :
Adresse :

	ÉVALUATION	OBSERVATIONS
Thème présenté : - attire l'attention - originalité - centrée sur le consommateur - reflète l'image de l'entreprise - informe		
Choix des critères : - suggère l'usage - reflète l'image de l'entreprise - effets des éléments de la composition - renouvellement - opportunité - incite à l'achat		
Présentation : - éclairage - propreté - volume - agencement des couleurs		

Module : 14

**Codes : CPE 185
458142**

Titre : MOYENS DE RECHERCHE D'EMPLOI

Durée : 30 h

Présentation du module

Dans ce module, l'élève devra préparer tous les documents nécessaires pour intégrer le marché du travail. Il se situe en fin de formation afin d'enrichir la démarche d'un élève en recherche d'emploi ou d'un lieu de stage.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

L'enseignant ou l'enseignante s'informerait auprès d'un centre Emploi et Immigration Canada, ou auprès d'autres sources (voir médiagraphie), des moyens pouvant être mis à sa disposition pour faciliter l'enseignement de ce module. Il ou elle pourra ainsi disposer de documents écrits ou audiovisuels, de stratégies, de personnes-ressources, etc.

Notons que, tout au long de ce module, il serait avantageux de favoriser les échanges et la collaboration entre les élèves. Les expériences vécues quant à la recherche d'employeurs pourraient ainsi être partagées, de même que de précieuses informations et références. La tenue de discussions informelles encourageraient l'expression de tous et toutes et prépareraient les élèves à la présentation du bilan de leurs travaux et de leurs démarches.

L'évaluation formative

Nous nous référons aux critères spécifiques de l'objectif de premier niveau.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Définir les attitudes à développer en ce qui concerne la recherche d'emploi	- Attitude positive. - Dynamisme. - Qualités recherchées par l'employeur.	- Questionner les élèves afin qu'ils trouvent les attitudes nécessaires à la recherche d'emploi. - Compléter les énoncés des élèves par la suite.		
2. Décrire les techniques de recherche d'emploi	- Démarche à faire pour rechercher un emploi.	- Faire un exposé. - Faire l'inventaire des documents (récit ou audio-visuel traitant sur le sujet).	- Prend des notes.	
3. Décrire les perspectives d'emploi dans la vente au détail	- Besoins de main-d'œuvre en vente.	- À l'aide de statistiques et d'informations récentes expliquer la situation de l'emploi.	- Prend des notes.	
4. Préparer une liste d'employeurs potentiels	- Répertoire des différentes sources d'emplois disponibles. - Liste d'entreprises de la région.	- Identifier les ressources à consulter.	- Dresse une liste d'employeurs provenant de différentes sources.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
A. Poussier une démarche de recherche d'emploi	- Étapes : • liste d'employeurs; • contact téléphonique; • envoi de curriculum vitae; • lettre de présentation; • relance téléphonique; • entrevue.	- Décrire les éléments importants dans chacune des étapes. - Préparer une fiche à compléter par l'élève au fur et à mesure de sa démarche de recherche d'emploi : • employeur contacté; • date du contact; • photocopie de l'offre d'emploi; • etc. - Inviter des personnes-ressources. - Présenter un vidéo.	- Lire ou visionner des documents sur la méthode dynamique de recherche d'emploi.	- Plan d'action de sa démarche.
5. Définir le rôle du curriculum vitae, en tenant compte des avantages de son utilisation	- Définition du curriculum vitae. - Raison de faire un curriculum vitae. - Contenu d'un curriculum vitae. - Genre de curriculum vitae : • chronologique; • centré sur les fonctions occupées; • narratif; • mixte.	- Préparer et présenter une grille aide-mémoire des principaux éléments contenus dans un curriculum vitae personnel. - Fournir un exemple de chaque genre de curriculum vitae. - S'assurer que l'élève comprend bien la fonction d'un curriculum vitae dans le contexte d'une recherche d'emploi.	- L'élève discute de l'importance d'un curriculum vitae en situation de recherche d'emploi. - S'assure de bien comprendre la nature des principaux éléments d'un curriculum vitae.	

OBJECTIFS (1er et 2e séminaires)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
6. Indiquer les qualités d'un curriculum vitae bien fait	- Ordre de présentation. - Clarté des données. - Précision. - Propreté.	- Présenter, à l'aide d'exemples de différents curriculum vitae, une critique sur la présentation matérielle et la qualité de l'écrit de ceux-ci. - Échanger avec les élèves.	- Faire la liste de ses qualifications. - Tracer le plan de son curriculum vitae et le soumettre pour fin d'évaluation critique. - Rédiger et dactylographier son curriculum vitae selon les règles de présentation.	- L'enseignant ou l'enseignante corrige et critique le curriculum vitae en tenant compte des points suivants : • pertinence des renseignements, • style précis et concis, • sans fautes d'orthographe, • présentation correcte.
B Rédiger son curriculum vitae	- Les composantes : • renseignements personnels; • formation scolaire et professionnelle; • expérience de travail; • activités et intérêts; • références; • objectif de carrière (facultatif).	- Faire préparer par chaque élève sa liste de qualifications sur chacun des éléments du contenu d'un curriculum vitae. - Expliquer la disposition de chaque élément.		
7. Définir le rôle de la lettre de demande d'emploi	- Susciter l'intérêt. - Présenter le curriculum vitae. - Souligner sa disponibilité pour fin d'entrevue.	- Insister sur la qualité de la langue écrite : brièveté, précision, clarté. - Présenter des lettres-typiques.		

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
8. Indiquer les qualités d'une lettre de demande d'emploi bien faite	- Présentation des attitudes, comportements et qualités recherchés par les employeurs : • polyvalence; • ouverture au changement; • capacité d'adaptation; • etc.	- À l'aide de différentes lettres de demande d'emploi l'enseignant ou l'enseignante fait découvrir certaines anomalies et prescrit les corrections appropriées.	- En groupe de deux ou trois élèves, découvrir et apporter les corrections sur les exemples que le formateur remet. - Identifier les erreurs commises sur une lettre d'emploi mal conçue et apporter les corrections.	- Auto-correction à l'aide d'un corrigé.
C Rédiger une lettre de demande d'emploi	- Date. - Nom et titre du destinataire. - Nom de l'entreprise. - Type d'emploi désiré. - Intérêt, compétence et expérience. - Demande d'entrevue. - Numéro de téléphone. - Salutation et signature.	- Expliquer les principales parties de la lettre.	- Rédiger une lettre de présentation en réponse ou non à une offre d'emploi.	- Correction de la lettre de demande d'emploi en tenant compte des points suivants : • contenu; • disposition; • précision.
9. Saisir l'importance de se préparer à une entrevue	- Contenu d'une entrevue : • présentation; • réponses appropriées; • questions; • etc. - Trucs à retenir : • informations à recueillir; • attentes de l'employeur; • questions discriminatoires; • etc. • adhésions; • franchise; • etc.	- Expliquer l'importance de la préparation en vue d'une entrevue.	- Recevoir un bilan personnel (points forts et points à améliorer) en insistant sur la préparation à l'entrevue. - Participer aux discussions subséquentes.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
10. Distinguer les différents types d'entrevue en tenant compte de leurs buts	- But de l'entrevue. - Types d'entrevue : • structurée; • semi-structurée; • libre; - Connaissance de l'entreprise.	- Présenter le vidéo intitulé «L'entrevue».	- Relève les questions-types qui ont été le plus souvent posées. - Prépare une série de questions à poser à l'employeur à la fin de l'entrevue.	
11. Effectuer des recherches sur l'entreprise : son importance, ses produits, ses orientations, sa structure, etc.	- Attitudes en entrevue : • sincérité; • détermination; • ouverture d'esprit; • pensée positive; • disponibilité; • etc. - Comportements : • apparence extérieure; • poignée de mains; • regard sur l'employeur; • tics à éviter; • stress; • etc. - Connaissance de la nature de l'emploi. - Structure de l'entreprise. - Techniques de relance suite à l'entrevue.	- Faire prendre conscience de l'importance de son apparence extérieure et de son comportement lors d'une entrevue de sélection. - Préparer des exposés sur les aspects importants d'une entrevue. - Préparer les mises en situation ainsi que les jeux de rôle. - Filmer sur vidéo-cassettes les entrevues et en faire une évaluation.	- Se prépare et participe à des entrevues simulées. - Discute avec l'enseignant ou l'enseignant du déroulement de l'entrevue et des points devant être améliorés. - Met ces moyens d'amélioration à l'épreuve lors de nouvelles simulations d'entrevues.	- L'enseignant ou l'enseignante évalue l'entrevue en fonction de critères pré-déterminés : • connaissance des critères de sélection spécifiques au poste; • bonne connaissance de l'entreprise; • courtoisie; • écoute attentive; • pertinence des réponses; • clarté d'expression; • intérêt manifesté.
D Préparer et passer une entrevue de sélection				

Module : 15

Codes : CPE 186

458158

Titre : INTÉGRATION AU MILIEU DE TRAVAIL

Durée : 120 h

Présentation du module

Ce module permettra l'intégration des activités d'apprentissage reliées à la pratique du métier. Il permettra au stagiaire de mettre en pratique, en situation réelle, l'ensemble des connaissances et des habiletés acquises durant la formation.

Il apparaît souhaitable que l'élève ait été placé en contact avec au moins deux entreprises au cours de sa formation professionnelle, étant donné la variété de taille des entreprises, la variété de produits commercialisés, etc.

L'organisation de ce module suppose une préparation préalable et concertée entre l'entreprise et le milieu scolaire, en tenant compte des possibilités d'activités offertes par l'entreprise d'accueil. Notons que, dans bien des cas, le stage permettra aux élèves de se trouver un emploi.

Stratégies d'enseignement ou d'apprentissage

Soulignons d'abord que les activités de la phase 1, soit la préparation au stage peuvent être jumelées avec celles du module précédent portant sur l'utilisation des moyens de recherche d'emploi. Il est fortement recommandé que les élèves effectuent eux-mêmes les démarches. Nous savons cependant que, dans certaines régions, le nombre d'employeurs est plutôt restreint. Dans ce cas, il reviendra probablement à l'enseignant ou à l'enseignante d'organiser le stage et de répartir les élèves dans les entreprises. Dans tous les cas, il serait prudent que l'enseignant ou l'enseignante se monte une banque d'employeurs intéressés à recevoir des stagiaires.

Une fois les endroits de stage trouvés, il serait important que l'enseignant ou l'enseignante rencontre les responsables des stagiaires afin de bien expliquer les modalités d'application de ce stage. Il faudra en effet que les rôles des parties (employeurs, stagiaires, enseignants ou enseignantes) soient clairement définis avant le début du stage afin d'éviter des remises en question ou des changements pendant le déroulement du stage. Il faudra s'assurer en outre, que le ou la stagiaire ait la possibilité d'effectuer les activités prévues à la phase 2 de l'objectif. L'enseignant ou l'enseignante devra aussi avoir l'occasion, pendant le stage, de rencontrer le ou la stagiaire ainsi que son ou sa responsable en entreprise afin de faire le point.

L'organisation et le suivi d'un stage demande évidemment beaucoup de temps et d'énergie de la part de l'enseignant ou l'enseignante. Il faudra assurer le soutien aux élèves en se montrant disponible et en s'intéressant à leurs préoccupations. En cas de problèmes, l'enseignant ou l'enseignante devra intervenir promptement et s'efforcera de trouver la solution la plus avantageuse.

Finalement, il faudra réserver une dizaine d'heures après le stage pour un retour en classe. On favorisera à ce moment l'expression de tous les élèves en leur accordant, à tour de rôle, un moment pour décrire leurs expériences.

Titre : INTÉGRATION AU MILIEU DE TRAVAIL

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
1. Décrire ses goûts, ses attitudes et ses appréhensions au regard du stage. 2. Décrire les étapes de planification de la recherche d'un lieu de stage. 3. Examiner les attitudes nécessaires à la recherche dynamique d'un lieu de stage. Activités de la phase 1 : Préparation au stage. Prendre connaissance des informations et des modalités relatives à la réalisation du deuxième stage.	- Description des goûts, des attitudes et des appréhensions. - Consultation de la banque d'entreprises. - Lettre de demande de stage. - Curriculum vitae. - Téléphone. - Entrevue. - Attitudes telles que : • détermination; • ouverture d'esprit; • pensée positive; • disponibilité.	- Anime un brainstorming au regard du deuxième stage.	- Participe et s'informe sur les politiques de stage en entreprise.	
	- Objectifs du stage. - Durée. - Conditions d'encadrement. - Critères de participation. - Rapport de stage.	- Expliquer les objectifs du deuxième stage. - Préparer une rencontre de groupe relativement à la présentation de la politique des stages de l'école (protocole d'entente tripartite : employeur, école, stagiaire).		

Ref : module 7

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Se fixer des critères de sélection des entreprises.	- Établissement de critères relatifs : • au type d'entreprise; • à la gamme de produits; • à la grosseur de l'entreprise; • à la localisation de l'entreprise; • etc.		- Chaque élève choisit une entreprise en fonction de ses goûts.	
Déterminer des possibilités d'application en entreprise des compétences acquises en cours de formation.	- Ensemble des activités formatrices possibles auxquelles l'entreprise peut contribuer.	- Préparer un document d'information à remettre au responsable en entreprise et définir avec les entreprises concernées les possibilités d'activités offertes à l'élève.		
Effectuer des démarches pour être accepté comme stagiaire.	- Établissement du contact avec l'entreprise : • par lettre; • par téléphone; • par une visite.	- Suggérer différentes démarches personnelles pour entrer en contact avec l'employeur.	- Effectuer des démarches personnelles pour être accepté comme stagiaire dans une entreprise.	- L'enseignant ou l'enseignant-complète une grille de participation pour chaque élève.
Fin des activités de la phase I		- Bref rappel.		
4. S'informer des mesures à adopter relativement à la santé et à la sécurité et se renseigner sur la manière de prévenir le vol à l'établissement.	- Lois et règlements concernant la santé et la sécurité au travail. - Responsabilités du personnel de vente. - Éthique professionnelle.			

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
5. Réaliser l'importance d'adopter une attitude positive au travail et de communiquer avec efficacité durant son stage.	- Intégration des techniques de communication. Réf : 2 et 6	- Rappeler l'importance des comportements verbaux et non-verbaux dans toute relation.	- Chaque élève donne son opinion.	
6. Décrire la façon de remplir le rapport de stage.	- Éléments à consigner en cours de stage.	- Présenter un modèle de rapport de stage et définir chaque partie.		
Activités de la phase 2 : Engagement dans le milieu S'intégrer à l'équipe de travail de l'entreprise, à ses façons de faire, à son horaire de travail, etc. Observer les pratiques liées aux activités de vente, de présentation visuelle et de promotion sur le lieu de vente.	- Rencontre avec les responsables et le personnel. - Conditions de travail. - Etc. - Méthode d'observation à développer.			
Effectuer diverses tâches professionnelles ou participer à leur réalisation.	- Vente. - Opérations de caisse. - Opérations d'inventaire. - Étalage.		- Réalise les tâches assignées par les responsables en milieu de travail selon les consignes établies.	
Tenir à jour son dossier de stage.	- Informations à recueillir sur : • l'entreprise; • les produits commercialisés; • les tâches et opérations.		- Réunit les éléments d'information relatifs à la présentation de son rapport de stage.	

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Fin des activités de la phase 2				
7. Examiner les critères pour une coévaluation de son stage.	- Grille d'évaluation du stagiaire complétée par l'entreprise et par l'élève.	- Fournir une grille d'évaluation du stagiaire au responsable de stage en entreprise.		- L'enseignante ou l'enseignant rencontre le responsable de stage pour discuter de l'évaluation du stagiaire : • tenue vestimentaire; • assiduité; • ponctualité; • attitude du stagiaire; • application au travail; • etc.
Activités de la phase 3 : Évaluation et coévaluation du stage				
Produire un rapport de stage.	- Présentation du magasin : • enseigne; • forme de commerce; • image du commerce; • type de clientèle; • etc. - Dix fiches d'analyse de produits au minimum : • caractéristiques techniques; • caractéristiques commerciales; • caractéristiques psychologiques; - Tâches et opérations réalisées.		- Rédige son rapport de stage.	- L'enseignante ou l'enseignant évalue le rapport à l'aide d'une grille prévue à cette fin.

OBJECTIFS (1er et 2e niveaux)	ÉLÉMENTS DE CONTENU	ÉLÉMENTS DE STRATÉGIES D'ENSEIGNEMENT	ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE	ACTIVITÉS D'ÉVALUATION FORMATIVE
Participer à la coévaluation de son stage avec des personnes responsables.	- Évaluation par l'entreprise. - Auto-évaluation.	- Discuter avec l'élève du résultat de l'évaluation de l'entreprise et de son auto-évaluation.	- Complète le rapport d'auto-évaluation (appréciation du stage par le stagiaire).	- L'élève explique sa perception de lui-même à l'enseignante ou à l'enseignant en tant que travailleur.
Présenter un résumé succinct de ses expériences au cours d'une discussion en groupe.	- Description des expériences de stage.	- Organiser une rencontre de groupe sous forme de table ronde.	- Présente oralement un résumé succinct de ses activités en stage. - Participe à la présentation et à la discussion des autres rapports de stage.	- L'enseignante ou l'enseignant remplit une grille de participation par élève.
Fin des activités de la phase 3				

6. LEXIQUE

Nous avons cru bon, dans les dernières pages de ce document, de présenter une définition des mots et expressions les plus couramment utilisés dans le texte.

Activités d'apprentissage : Actions ou travaux s'adressant à l'élève en vue de réaliser des apprentissages visant l'atteinte d'un ou plusieurs objectifs. Une activité d'apprentissage peut être préparée pour un ou plusieurs objectifs de second niveau, pour un ou plusieurs éléments (précisions) d'un objectif de premier niveau ou pour l'ensemble de l'objectif de premier niveau.

Compétence : Ensemble de comportements socio-affectifs, d'habiletés cognitives et/ou d'habiletés psycho-sensori-motrices permettant d'exercer convenablement une activité ou une tâche.

Cours : Ensemble organisé, dans le temps, d'activités de formation en vue de l'atteinte d'objectifs. Dans le cadre d'un programme d'études en formation professionnelle, un cours est constitué pour chacun des modules d'un programme.

Logigramme de la séquence d'enseignement : Schéma représentant les modules d'un programme selon un ordre logique d'enseignement. Les modules sont disposés graphiquement soit les uns à la suite des autres, soit en parallèle.

Module d'un programme : Unité constitutive ou composante d'un programme d'études comprenant un objectif opérationnel de premier niveau et les objectifs opérationnels de second niveau qui l'accompagnent.

Objectifs opérationnels de premier niveau : Objectifs-clé d'une formation, ils sont les cibles principales de l'enseignement et de l'apprentissage. Ils précisent les compétences à développer. Ils servent de référence formelle à l'enseignement, à la sanction des études et à la reconnaissance des acquis expérientiels. Ce sont les objectifs «obligatoires» d'un programme ainsi que du diplôme, du certificat ou de l'attestation qui lui correspond. Ils appartiennent au premier palier vraiment significatif «d'opérationnalisation» : ils sont mesurables en termes de performance ou de participation. Finalement, ils sont de deux types :

- de comportement parce qu'ils traduisent une intention (compétence à développer) en termes d'actions observables et de résultats mesurables; ils sont relativement fermés et déterminent, au départ, les produits ou les résultats attendus;
- de situation puisqu'ils décrivent la situation dans laquelle l'élève va cheminer pour réaliser une intention (compétence à développer) et déterminent des exigences mesurables de participation ; ils sont relativement ouverts puisqu'ils laissent place à des produits ou des résultats pouvant varier d'un élève à l'autre.

Objectifs opérationnels de second niveau : Cibles intermédiaires servant de guide à l'enseignement et à l'apprentissage. Ils expriment des «savoirs» jugés préalables à l'atteinte des objectifs de premier niveau. Ils sont définis selon des grandes catégories de savoirs : savoir, savoir-être, savoir-percevoir et savoir-faire. Ils constituent une proposition minimale et peuvent être remplacés par d'autres à la condition que ces derniers facilitent l'atteinte des objectifs de premier niveau. Ces objectifs ne sont pas pris directement en compte pour l'évaluation à des fins de sanction.

Participation : Action d'un sujet de participer, de prendre part aux activités d'apprentissages qui lui sont proposées.

Performance : Résultats obtenus par un sujet à un moment donné de son apprentissage.

Programme d'études : Ensemble structuré d'objectifs constituant un enseignement. Le programme d'études définit en termes d'objectifs les compétences visées à l'issue d'une formation ainsi que les savoirs préalables au développement de ces compétences.

Stratégie d'enseignement ou d'apprentissage : Ensemble d'actions coordonnées d'enseignement ou d'apprentissage en vue de favoriser l'atteinte d'objectifs. Une stratégie peut être développée pour tout un programme, pour un ensemble de modules ou pour un module spécifique. Dans le cas de stratégies partielles en référence à des parties de module on utilisera plutôt le terme «élément de stratégie».

7. MÉDIAGRAPHIE

Volumes conseillés

- ARCHAMBAULT, J.-P. et M.A. Roy, Le droit des affaires, Montréal, Éditions HRW Ltée, 1983.
- BEAUMEL, Demory, La sécurité dans votre magasin, Chotard et associés éditeurs, 1984.
- BERGERON, Roland, Savoir gérer les stocks, Les Éditions Agence d'arc Inc., 1988.
- BOISVERT, J.-M., et M. Beaudry, S'affirmer et communiquer, les Éditions de l'homme, 1979.
- BUSKIRK, Buskirk, Adaptation française Denis Pettigrew et Luc Déziel, La gestion des commerces de détail, Mc Graw-Hill, Éditeurs, 1982, 542 pages.
- CHAPMAN, Elwood, Les secrets de la vente, Les Éditions Agence d'arc Inc., 1988, 54 pages.
- CROLARD, Jean-Francis, Les techniques de la vente, Delachaux, Niestlé, 1982.
- DUSSART, Comportement du consommateur et stratégie de marketing, Mc Graw-Hill, 1983.
- LE CONSEIL QUÉBÉCOIS DU COMMERCE DE DÉTAIL, 550, rue Sherbrooke Ouest, bureau 1000, Montréal, Tél. : (514) 842-6681.
- Principes fondamentaux de la vente, jeu de 6 cahiers
 - Comment disposer des plaintes des consommateurs
 - Des lignes de conduite sur la correction des erreurs publicitaires pour satisfaire les exigences légales
 - Loi sur la protection du consommateur, guides d'application
 - Le vol à l'étalage
 - Le vol interne
 - Vendre plus ... sans problème
- DITZENBERGER & Kidney, Selling, 2^e édition, South-Western Publishing Co., 1990, 204 pages.

Emploi et immigration Canada, Stratégies de recherche d'emploi : se trouver un emploi sur le marché du travail d'aujourd'hui, 1989, brochure, 53 pages.

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, Ministère de l'Éducation, Direction de la formation à distance, Théorie de la vente, 1989.

M.M.S.R., Méthode dynamique de recherche d'emploi (cahier de l'animateur, cahier du participant).

MONDOR, Claude et France Harkins, Initiation à la vie juridique, Éditions Mc Graw-Hill, 1991.

MÉQ, Le merchandising, guide d'accompagnement, Marcel Bérubé, 1991, 78 pages.

MÉQ, Guide d'accompagnement en communication, Carole Coulombe, 65 pages.

MYERS, Myers, Les bases de la communication humaine, une approche théorique et pratique, 2^e édition, Mc Graw-Hill, 1990, 475 pages.

PETTIGREW, Denis, La gestion des commerces de détail, Mc Graw-Hill, Éditeurs, 1989, 477 pages.

PETTIGREW, Turgeon, Marketing, 2^e édition, Mc Graw-Hill, Éditeurs, 1990, 438 pages.

ROBERGE, Camille D. et Alain Charbonneau, Ouvrir et gérer un commerce de détail, Les Éditions de l'homme, 1988, 103 pages.

SAMSON and Little, Visual merchandising, planning and techniques, South-Western Publishing Co., 1985.

SHINGLETON, Derek, Savoir vendre en magasin, donnez à vos clients l'envie d'acheter... et de revenir, Chotard et associés éditeurs, 1988, 121 pages.

STULL, Marketing math, 2^e édition, South-Western Publishing Co., 1985.

WORMS, Carolyn L., Lynch, Richard, General merchandise retailing, second édition, Gregg division, Mc Graw-Hill, 1990.

Films, vidéocassettes

LE CONSEIL QUÉBÉCOIS DU COMMERCE DE DÉTAIL, 550, rue Sherbrooke Ouest,
bureau 1000, Montréal, Tél. : (514) 841-6681

- Compétences en ventes au détail, l'avantage du service.

LES ENTREPRISES INTERNATIONALES TÉLÉ-FILM LTÉE, 4480, chemin Côte de Liesse,
suite 370, Ville Mont-Royal, Tél. : (514) 345-1275

- L'Art de la vente au détail
- La tête du client
- Deux points de vue
- Les deux font la paire
- À vos bons soins
- Les regards qui tuent (ou le pouvoir du comportement)
- Prévention du vol à l'étalage
- Ayez l'œil
- Vol à l'étalage
- Vol interne
- Futur client au bout du fil
- Victime ou client
- Service à la clientèle : ça concerne tout le monde

LE BUREAU DE COMMERCE DE MONTRÉAL, 1080, Côte du Beaver Hall, bureau 710,
Montréal, Tél. : (514) 878-4651

- Devenir entrepreneur

ONF

- Au-delà des mots

Collège de Jonquière, Centre des ressources éducatives :

- L'entrevue
- La correspondance d'emploi
- Le curriculum vitae

Emploi et immigration Canada :

- Stratégie de recherche d'emploi

Crapo distributeur

- Logiciels sur le curriculum vitae et l'entrevue d'emploi

Autres volumes de référence

CHANDEZON, Gérard, Les techniques de vente, coll. Que sais-je, no 2202, Presses Universitaires de France, Paris 1984.

MASSON, J. E. et A. Welhoff, Qu'est-ce que le merchandising, Paris, Dunod 1973, 124 pages.

MOULINIER, René, Objectif vendre, Les Éditions de l'organisation, Paris, 1980.

MOULINIER, René, Les techniques de vente, Les Éditions de l'organisation, Paris, 1980, 200 pages.

RATAUD, Pierre, L'alchimie de la vente, Les Éditions de l'organisation, Paris, 1987.

SYLVESTRE, Robert, Le dynamisme de la vente, Librairie Beauchemin Ltée, Montréal, 1967, 254 pages.

SYLVESTRE, Robert, Le dynamisme de la vente : cahier d'exercices, Librairie Beauchemin Ltée, Montréal, 1979.

WHITING, P. H., Les 5 grandes règles de la vente, Paris, Dunod 1986.

PFEIFFER, W. et J. Jones, Le répertoire de l'animateur de groupe : 316 expériences structurées en relations humaines, Actualisation idk inc., 1982.

SIMON, P. et L. Albert, Les relations interpersonnelles, Montréal, Agence d'Arc inc., 1975.

BOURDOISEAU, Y. et coll. Des tests pour mieux communiquer, 1981, Éd. Retz, Paris.

Initiation au métier non traditionnel, Transition travail.

L'univers personnel, Formation préparation à l'emploi.

ROSENBERG, R. et T.H. Baker, Arithmétique commerciale, Mc Graw-Hill éditeurs, Montréal, 1981.

GAGNON, Savard, Carrier, Decoste, L'entreprise et son enracinement, édition Gaétan Morin, Boucherville, 1990, 390 p.

GENEDETTE, C., Introduction à la gestion des opérations, éditions Mondie, Chomedey, 1980.

KALUZA, Henry J., Éléments de comptabilité, éditions Mc Graw-Hill, Montréal, 1971, 408 p.

BANQUE FÉDÉRALE DE DÉVELOPPEMENT, Votre affaire, c'est notre affaire, volume #2, BFD éditeurs, Montréal, 1980, 150 p.

PETTIGREW, Denis, La gestion des commerces de détail, Mc Graw-Hill, éditeurs, 1989.

Roberge, Camille et Alain Charbonneau, Ouvrir et gérer un commerce de détail, Les Éditions de l'homme, 1988, 103 p.

STULL, Marketing Math, 2^e édition, South-Western Publishing Co., 1985.

WILSON L., Johnson et Spencer, Bien vendre, la minute du succès.

OFFICE DE LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR, Les pratiques du commerce et la publicité, 44 pages, non daté.

Brochures de vulgarisation

Centre de distribution des publications, Travail Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0J2.

- Terminologie des relations de travail.

Commissions des droits de la personne, Québec.

- Des droits en toute égalité.

Commission des normes du travail, Québec, Direction des communications, 750, boul. Charest Est, G1K 7Z5.

- Salaire, maternité, recours.

Commission de la santé et de la sécurité du travail, Québec.

- Loi sur la santé et la sécurité du travail.
- La commission de la santé et de la sécurité du travail du Québec.
- Loi sur les accidents du travail et l'étudiant stagiaire.
- L'indemnisation des victimes d'actes criminels.
- Votre santé et votre sécurité au travail.

Législation

- Loi sur les normes du travail, L.Q., 1979, C. 45.
- Loi sur les accidents du travail, L.R.Q., 1977, CA-3.
- Code du travail, L.R.Q., 1977, C, C-27.
- Code canadien du travail, S.R.C., 1979, C.L.-1.
- Chartes des droits et liberté de la personne.
- Loi sur la protection du consommateur.
- Loi 101.

Autres

BANQUE ROYALE DU CANADA, Toronto

- Publicité et promotion des ventes, 1980, 32 pages.
- Comment contrôler vos investissements en stock, 1976, 20 pages.
- Le marketing, 1979, 44 pages.
- Les profits, 1975, 12 pages.
- S'établir à son compte, 1980, 36 pages.
- La clef du succès : une bonne gestion, 1975, 20 pages.
- L'art de découvrir et de conserver les clients, Bulletin mensuel, vol. 57, no 7 juillet 1976.

Quand on n'est pas syndiqué(es), quels sont nos droits, Au bas de l'échelle.

Ministère du Revenu, Revenu Canada douane et accise.

Bell Canada, Douze conseils sur les bonnes manières au téléphone, Feuillelet gratuit.

Les principales formes juridiques de l'entreprise au Québec, publié par le Gouvernement du Québec.

